Studie zur Funktion der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz

unter besonderer Berücksichtigung der „Union“ Olten.

Inaugural-Dissertation

der hohen juristischen Fakultät der Universität Bern

zur Erlangung der Würde eines Doctor rerum politicarum

vorgelegt von

WALTER CHAMPION

von Seewen (Kt. Soloth.)

Weinfelden

A.-G. Neuenschwander'sche Verlagsbuchhandlung

1926

Studie zur Funktion der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz

unter besonderer Berücksichtigung der „Union“ Olten.

Inaugural-Dissertation

der hohen juristischen Fakultät der Universität Bern

zur Erlangung der Würde eines Doctor rerum politicarum

vorgelegt von

WALTER CHAMPION

von Seewen (Kt. Soloth.)

Weinfelden

A.-G. Neuenschwander'sche Verlagsbuchhandlung

1926

R. UNIV.
BIBLIOTHEEK
LEIDEN

Meinen lieben Eltern

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41549620_0035

Inhaltsangabe.

Seite

Einleitung: 15

I. Kapitel: Begriff und historischer Abriß . . 15

§ 1. Begriffliches 15

§ 2. Die Vorbedingungen der Entstehung von kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften 18

1. Der mittelalterliche Einzelhandel 18

2. Die neuere Zeit 19

3. Die neueste Zeit 19

A. Die Tendenz zur quantitativen Ausgestaltung des Detailhandels 20

B. Die Tendenz zur Neuorganisation des Detailhandels 24

C. Die Bestrebungen zur Ausschaltung des Detailhandels 32

§ 3. Die Anpassung des Kleinhändlers an die neuen Verhältnisse in der Verteilungswirtschaft 37

Erster Hauptteil:

Die Entwicklung der kleinhändlerischen Kaufkraftzusammenschlüsse

II. Kapitel: Die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz (mit Anhang: Einiges über die kleinhändlerische Zusammenschlußbewegung im Ausland) 42

§ 4. Die Einkaufsgesellschaften der Spezereiwarenhändler . 42

1. Die „Union" Schweiz. Einkaufsgesellschaft Olten . . 43

2. Die Kolonialeinkaufsgenossenschaft Burgdorf . . . 50

3. Die „Liga" Einkaufs- und Rabattvereinigung Basel . 53

4. Die Spezereihändler-Einkaufsgenossenschaft Zürich . 54

5. Die Schweizerische Handelsgesellschaft Oerlikon . 54

6. Die „Uto" Einkaufsvereinigung der Kolonialwarenhändler des Kantons Zürich 55

7. Die Société de l'Epicerie au Détail de Genève . . 56

8. Die Union des Epiciers Détaillants du Canton de Genève 57

9. Diverse kleine Einkaufsvereinigungen 57

§ 5. Die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der übrigen Branchen 59

1. Die Gesellschaft schweiz. Manufakturisten Oerlikon . 59

Seite

2. Die „Mercerie“ Schweiz. Engros-Einkaufsgenossenschaft Oerlikon 61
3. Kleine Einkaufsgruppen der Textilwaren-Detaillisten 61
4. Das Schweiz. Vereinssortiment Olten 62
5. Die Velohändler-Genossenschaft des Kantons Bern . 65
6. Der Verband Schweiz. Velo-, Motor- u. Nähmaschinenhändler in Olten 67
7. Die Einkaufsgenossenschaft des Verbandes Schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel 68
8. Die Elektro-Einkaufsvereinigung Bern 69
9. Verschiedene Konventionen zwischen Produzenten- u. Händler-Interessenverbänden 70

§ 6. Einiges über die kleinhändlerische Zusammenschlußbewegung im Ausland 71
1. Belgien 71
2. Deutschland 72
3. England 75
4. Frankreich 76
5. Holland 77
6. Oesterreich 78
7. Polen 79
8. Schweden 79
9. Tschechoslowakei 80
10. Vereinigte Staaten von Nordamerika 80

Zweiter Hauptteil:

Form, Inhalt und Wirkungen des kleinhändlerischen Kaufkraftzusammenschlusses

III. Kapitel: Die rechtliche Organisation der Einkaufsgesellschaft 83

§ 7. Die Eignung der Rechtsform 83
1. Die einfache Gesellschaft 83
2. Die Aktiengesellschaft 84
3. Die Genossenschaft 86
4. Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung 87

§ 8. Die zweckmäßige Verteilung der Kompetenzen unter die Organe der Einkaufsgesellschaft 89
1. Bei den Einkaufsgenossenschaften 89
2. Bei den Gelegenheits-Einkaufsgesellschaften . . . 92

§ 9. Die Mitgliedschaft 93
1. Der Erwerb der Mitgliedschaft 94
2. Die Beendigung der Mitgliedschaft 97

Seite

IV. Kapitel: Die finanzielle Struktur der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften . . 100

§ 10. Die eigenen Mittel 100
1. Das Anteilscheinvermögen 100
2. Die Reserven 104
3. Der Vortrag auf neue Rechnung 107

§ 11. Die fremden Mittel 108
1. Buchschulden 108
2. Briefschulden 109

V. Kapitel: Der gemeinschaftliche Einkauf . 112

§ 12. Der gemeinsame Auftrag 112
1. Einholung der Offerten 112
2. Bekanntmachung der Angebote und Einsammlung der Aufträge 113
3. Sammelbestellung beim Lieferanten 113
4. Verteilung der Waren 114

§ 13. Die Einkaufsgesellschaft als Selbstkäuferin (Lagerverkehr) 115
1. Die Durchführung des selbständigen Einkaufs . . 117
2. Die Einlagerung der eingekauften Waren 119
3. Die Organisation der Warenverteilung 124

§ 14. Der Einkauf beim sogen. Vertragslieferanten (Vertragsverkehr) 135
1. Einleitung und Abwicklung des Vertragsverkehrs . 137
2. Spezialfragen aus dem Gebiete des Vertragsverkehrs 142

§ 15. Die Kombination der in den §§ 12—14 behandelten Einkaufsarten 147

VI. Kapitel: Weitere Maßnahmen der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften zur Förderung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ihrer Mitglieder 149

§ 16. Zur Frage der Eigenproduktion 149
1. Die Ansätze zur Eigenproduktion bei den einzelnen Einkaufsgesellschaften 150
2. Kritik der Eigenfabrikation 153

§ 17. Die Einkaufsgesellschaft als Kreditvermittlerin . . . 155

§ 18. Anderweitige Maßnahmen 162
1. Direkte Maßnahmen 162
2. Indirekte Maßnahmen 164

Schlußteil . . . . . .

§ 19. Die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften im Rahmen der Volkswirtschaft 172

Literatur.

Allgemeine Literatur:

Bücher, Carl: Die Entwicklung der Volkswirtschaft, Bd. 1; 9. Auflage, Tübingen 1913.

Crüger, H.: Grundriß des deutschen Genossenschaftswesens, Leipzig 1908.

Hirsch, Julius: Organisation und Formen des Handels (s. A. im „Grundriß der Sozialökonomik", V. Abtlg., 1. Teil, Handel 2), Tübingen 1918.

Lederer, E.: Die wirtschaftlichen Organisationen, Nr. 428 der Sammlung „Aus Natur und Geisteswelt".

Leimgruber, O.: Christliche Wirtschaftsordnung und Mittelstand, Luzern 1923.

Mataja, Viktor: Handel, s. A. im Handwb. der Staatswiss. Bd. V.

Mitscherlich, W.: Der wirtschaftliche Fortschritt, sein Verlauf und Wesen, Leipzig 1910.

Müffelmann, L.: Die moderne Mittelstandsbewegung, Nr. 417 der Sammlung „Aus Natur und Geisteswelt".

Oldenburg, Karl: Die Konsumtion (s. A. im GDS, II. Abtlg.), Tübingen 1914.

Ottel, Klemens: Die Technik des wirtschaftlichen Verkehrs, Wien 1922.

Reichesberg, N.: Die Entstehung der modernen Verkehrswirtschaft, Bern 1916.

Sieveking, H.: Wesen und Bedeutung des Handels (s. A. im GDS, V. Abt., 1. Teil, Handel 1), Tübingen 1918.

Sombart, W.: Der moderne Kapitalismus, Leipzig 1902.

Sonndorfer—Ottel: Die Technik des Welthandels, 4. Auflage, Wien und Leipzig 1912.

Wernicke, J.: Der Mittelstand, Nr. 56 der Sammlung „Wissenschaft und Bildung".

Wernicke, J.: Kapitalismus und Mittelstandspolitik, Jena 1907.

Weyermann u. Schönitz: Grundlegung und Systematik einer wissenschaftlichen Privatwirtschaftslehre, Karlsruhe 1912.

Wygodzinski W.: Das Genossenschaftswesen in Deutschland, Leipzig 1911.

Spezialliteratur:

Baur, Hans: Der Genossenschaftsanteil, Heft Nr. 79 der „Abhandlungen zum schweiz. Recht", Bern 1917.
Bericht über den internationalen Mittelstandskongreß 1924 (Bern 1925).
Biermer, M.: Die Mittelstandsbewegung und das Warenhausproblem, Giessen 1905.
Biermer, M.: Warenhäuser und Warenhaussteuer, s. A. im Handwb. d. Staatswiss. Bd. VI.
Biller, K.: Was fordern wir von den Einkaufsgenossenschaften? Vortrag, Wittenberg 1919.
Biller, K.: Kolonialwarenkleinhandel, Vortrag 1913.
Blumer-Egloff, J.: Die modernen Großbazars oder Warenhäuser, Zürich 1901.
Brandenberger, Gotthold: Die Kreditfrage im Spezereihändlerstand, Vortrag 1923.
Crüger, Hans: Consumvereine, s. A. im Handwb. der Staatswiss. Bd. VI.
Elster, Alex.: Rabattsparvereine, s. A. im Handwb. der Staatswiss. Bd. VII.
Ergebnisse der eidg. Volkszählungen von 1860, 1900 und 1920.
Faucherre, H.: Mittelstandsbewegung und Konsumgenossenschaften, Basel 1919.
Faucherre, H.: Die Händler-Rabattsparvereine, Jena 1912.
Fragebogen, ausgefüllt von den Direktionen der verschiedenen Einkaufsgesellschaften (im Besitze des Verf.).
Großhandel und Einkaufsgenossenschaften, Broschüre, Edekaverband Berlin.
Hättenschwiller, A.: Mittelstandsfragen, Stans 1909.
Jahresberichte von div. Einkaufsgesellschaften und Interessenverbänden des In- und Auslandes.
Lambrechts, Hector: Eenige Raadgevingen an de Inrichters van Burgersyndikaten voor den Aankoop van Grondstoffen, Brüssel 1905.
Langlotz, E.: Der Kleinhandel mit Eisenwaren, Haus- und Küchengeräten, Düsseldorf 1918.
Lindecke, O.: Die Aussichten der Konsumvereine und der kleinhändlerischen Interessenverbände, Basel 1904.
Müller, Hans: Consumvereine, s. A. im Reichesbergschen Handwb. d. schweiz. Volkswirtschaft, II. Band.
Müller, Hans: Die schweiz. Consumgenossenschaften, Basel 1896.
van Norden, H.: Die Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels, Verlag: Edekaverband Berlin.
Oesch, W.: Wesen und Ziele der Schweiz. Mittelstandsbewegung, Berner Dissertation, Manuskript.
Olivier, C.: Die einheitliche und organisierte Rabattabgabe.

Pitschmann: Buchhandel, s. A. im Handwb. der Staatswiss. Bd. III.
Pohle, L.: Die neuere Entwicklung des Kleinhandels, Dresden 1900.
Rathgen, K.: Die Entwicklungstendenzen im modernen Kleinhandel; Referat, abgedruckt in den Schriften des Vereins für Sozialpolitik Bd. 88, Leipzig 1900.
Rechenschaftsberichte des Verbandes Schweiz. Konsumvereine.
Reemtsen, C.: Der moderne Detailhandel, s. A. in den Volkswirtsch. Zeitfragen, Heft 8, 34. Jahrg., Berlin 1913.
Schmid, W.: Kleingewerbliche Kreditinstitute in der Schweiz. Schweizer Industrie- und Handelsstudien, Heft 13.
Sombart, W.: Die Entwicklungstendenzen im modernen Kleinhandel; Schriften des Vereins für Sozialpolitik Bd. 88, Leipzig 1900.
Spezialberichte von div. Amtsstellen und Händlerverbänden des In- und Auslandes.
Stadlin-Graf: Das Kreditwesen im Schweiz. Mittelstand; Reichesberg'sche Zeitschrift für Volkswirtschaft und Sozialpolitik, Jahrg. 1922, Nos. 10 u. 11.
Statuten und Geschäftsreglemente von Einkaufsgesellschaften und Interessenverbänden.
Stieda, Wilhelm: Ausverkäufe, s/A. im Handwb. d. Staatswiss. Bd. II.
Suchsland: Los von den Konsumvereinen und Warenhäusern, Halle 1905.
Verbandstagsberichte, Statistiken und Broschüren des Edekaverbandes deutscher kaufm. Genossenschaften in Berlin.
Völkner, Willy: Kolonialwarenkleinhandel, Berlin 1911.
Wernicke, J.: Warenhaus, Industrie und Mittelstand, s/A. in den Rechts- und Staatswissenschaftlichen Studien, Berlin 1911.
Zirkulare und div. andere Drucksachen; zur Verfügung gestellt von den verschiedenen Einkaufsgesellschaften.

Periodica:

Berner Geschäftsblatt.
Bulletin de l'institut international pour l'étude du problème des classes moyennes (Bruxelles).
Der kaufmännische Mittelstand (Biel).
Genossenschaftliches Volksblatt (Basel).
Der Mittelstand; Internat. Zeitschrift für mittelständische Wirtschaftspolitik (Bern).
Deutsche Handelsrundschau (Edekaverband Berlin).
Schweizerische Gewerbezeitung (Bern).
Schweizer Jahrbuch für Handwerk und Gewerbe (Bern).
Schweiz. Spezereihändlerzeitung (Solothurn).
Schweiz. Textildetaillisten-Zeitung (Aarau).
Schweiz. Wirtschaftliches Volksblatt (Biel).
Union, Korrespondenzblatt d. UNION Schweiz. Einkaufsgesellschaft (Olten).

Vorwort.

Die vorliegende Arbeit wurde unter der Leitung von Prof. Dr. M. R. Weyermann ausgeführt. Ich möchte dem verehrten Lehrer an dieser Stelle meinen aufrichtigen Dank aussprechen für die wertvolle Unterstützung, die er mir zuteil werden ließ. Ebenso danke ich den Direktionen der verschiedenen Einkaufsgesellschaften und Verbände für ihre Auskünfte und das mir zur Verfügung gestellte Untersuchungsmaterial.

Der Verfasser.

Einleitung.

I. Kapitel.

Begriff und historischer Abriß.

§ 1. Begriffliches.

Die vorliegende Untersuchung ist in Bezug auf das Objekt einseitig und will auch einseitig sein. Sie gibt Aufschluß über den Begriff, über die Entstehungsgeschichte, die wirtschaftliche Struktur und die Maßnahmen der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz.

Wie bei allen Spezialabhandlungen wird auch in der nachfolgenden der Anteil einer Einrichtung bezüglich der ihr zugeschriebenen Wirkung oft größer erscheinen, als er in Tat und Wahrheit ist. Eine solche Überschätzung eines Faktors in einem Gesamtergebnis kann wohl nie ganz umgangen werden, wenn man diesen Faktor einer isolierenden Analyse unterzieht. Sombart geht noch weiter und sagt, diese Wirkung — also die Überschätzung — müsse und solle bei einer derartigen Spezialuntersuchung sogar erzielt werden[1]).

Die aprioristische Festlegung des Begriffs „Kleinhändler" bildet die Grundlage zur restlosen Erkenntnis des Wesens der „kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaft". Theorie und

[1]) Vgl. Sombart, Die Juden und das Wirtschaftsleben (München und Leipzig 1922), Vorwort S. X.

Praxis gehen bei der Deutung der Erscheinung „Kleinhandel" auseinander. Die Theorie erkennt darin den Handel in kleinen Quantitäten im Gegensatz zum Handel in großen Mengen oder Großhandel. Demgegenüber versteht die Praxis unter „Kleinhandel" eher die *Kleinbetriebe* des „Handels in kleinen Quantitäten" und unterscheidet dieselben teils graduell, teils auch prinzipiell von den Großbetrieben dieser Handelsart. Die Ursache dieser Divergenz liegt hauptsächlich in der Zweideutigkeit der Bezeichnung „Kleinhandel". Andern Sprachen geht dieser Mangel ab. So setzt z. B. der Franzose dem Begriff „Commerce en gros" (Großhandel) den Ausdruck „Commerce en détail" gegenüber. „Commerce en détail" heißt nun aber zu deutsch nicht „Kleinhandel", sondern „Einzelhandel". Demgemäß hat auch die Antifremdwörterkampagne des deutschen Sprachgebiets das Wort „Detailhandel" in „Einzelhandel" umgewandelt. Diese Ausdrucksweise bürgerte sich insbesondere in Deutschland rasch ein. Man darf daher wohl kaum mehr von einem Wagnis sprechen, wenn hier der Versuch gemacht wird, die genannte Wendung zwecks zukünftiger Vermeidung von Doppeldeutungen in das schweizerische Schrifttum einzuführen. Definierend stelle ich fest: *Einzelhandel ist die geschäftsmäßige Vermittlung von Waren an letzte Konsumenten*[2]).

Das Wort „Vermittlung" deutet an, daß der Einzelhandel ein Bindeglied zwischen z w e i Wirtschaftsgruppen darstellt. Davon ist aber nur die eine — die Konsumentenschaft — eine konstante. Die andere Gruppe kann sowohl durch den Großhandel als auch durch die Produzentenschaft oder sogar durch beide zusammen verkörpert werden. —

Parallel zu der in der französischen Redeweise enthaltenen Schattierung „grands commerçants détaillants" und „petits commerçants détaillants" pflegt auch die deutsche Zunge von Groß-, Mittel- und Kleinbetrieben des Einzelhandels zu sprechen. Dabei denkt man etwa an folgende Stufenfolge:

---

[2]) Der Vollständigkeit wegen sei hier auch der Begriff des Großhandels erwähnt: Großhandel ist die geschäftsmäßige Vermittlung von Waren an Wiederverkäufer.

Großbetriebstypen: das Warenhaus, das Filialgeschäft, die städtische Konsumgenossenschaft. (Wert der pro Jahr umgesetzten Waren: über Fr. 500 000.)

Mittelbetriebstyp: Großstädtisches Spezialgeschäft an der sog. Geschäftsstraße. (Jährlicher Warenumsatz: Fr. 50 000 bis Fr. 500 000.)

Kleinbetriebstypen: Ländliche Spezereiwarenhandlung, Ladengeschäft im städtischen Außenquartier. (Warenumsatz: unter Fr. 50 000.)

Auf dieser Basis baut der von der wirtschaftshistorischen Entwicklung des Einzelhandels inspirierte Sprachgebrauch den Begriff des Kleinhändlers auf, indem er ihm folgende Merkmale zulegt: Der Kleinhändler ist Inhaber eines Klein- oder Mittelbetriebs des Einzelhandels. Vom Leiter der Ablage eines Filialgeschäfts oder Konsumvereins unterscheidet er sich durch den Besitz der freien Dispositionsgewalt über seinen Geschäftsbetrieb. Im Gegensatz zum zwerghaften Hausierhandel ist der Kleinhändler seßhaft. Zusammenfassend sei gesagt: Wenn in den folgenden Ausführungen vom *Kleinhändler* die Rede ist, so meine ich damit in Übereinstimmung mit dem Sprachgebrauch *den seßhaften, mit freier Dispositionsgewalt ausgerüsteten Inhaber eines Klein- oder Mittelbetriebs des Einzelhandels.* —

Zur Festigung obiger Begriffsbestimmung sei hervorgehoben, daß Autoren wie Biermer, Wernicke, Müffelmann u. a. — wenn auch nicht ausdrücklich — in ihren Werken die gekennzeichnete Typisierung ebenfalls anerkennen[3]).

Damit ist der Boden für die Aufstellung des Begriffs der „kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaft" geebnet. Als *kleinhändlerische Einkaufsgesellschaft* bezeichne ich *jede Vereinigung von Kleinhändlern, die mittels Konzentration ihrer Kaufkräfte und Garantien beim Wareneinkauf, Ausnützung der aus dem Zusammenschluß sich ergebenden Vereinfachungen*

[3]) Siehe Literaturverzeichnis.

und mit Hilfe anderer zweckdienlicher Maßnahmen eine Steigerung des Grades ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit herbeiführen wollen.

§ 2. Die Vorbedingungen der Entstehung von kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften.

Als Schlüssel zur Erkenntnis des Wesens und der Vorkehren der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften wird eine Betrachtung der Verhältnisse, aus welchen sie sich herausgebildet haben, wertvolle Dienste leisten. Mit wenigen Zügen sollen vorerst die Umrisse des mittelalterlichen Kleinhändlertums festgelegt werden, um gleichsam den Boden zu kennzeichnen, der dann durch den Pflug der kapitalistischen Ära aufgewühlt und umgeschichtet wird.

1. Der mittelalterliche Einzelhandel.

Der mittelalterliche Einzelhandel trägt durchaus das Gepräge handwerksmäßiger Beschäftigung an sich und ist, wie das Handwerk der damaligen Zeit, von der Nahrungsidee beseelt. Wie letzteres fordert auch er den „gerechten Preis" für seine Ware. Technische Verrichtungen bilden die Hauptbeschäftigung des vorkapitalistischen Händlers. Das Rechenbrett ersetzt ihm die höheren Kenntnisse aus der Rechenkunst; die Buchhaltung besteht aus dem „Kerbholz" und dem „Ins Kamin schreiben". Das Nichtvorhandensein der freien Konkurrenz verhilft seinem Umsatz und Gewinn zu einer gewissen Stabilität. Die Kundschaft rekrutiert sich zumeist aus der armen Volksklasse. Karl Bücher[1]) gibt dazu eine glaubhafte Erklärung: „Man muß sich gegenwärtig halten, daß wohlhabende Leute ihren Bedarf auf den Wochen- und Jahrmärkten direkt von fremden Kaufleuten zu kaufen pflegten. Der Arme konnte sich nicht auf längere Zeit versorgen; er lebte,

[1]) Vgl. K. Bücher, Die Entstehung der Volkswirtschaft, Bd. 1, 9. Aufl. S. 125.

wie heute noch, aus der Hand in den Mund. Für ihn übernahm darum der Kleinhändler das Halten von Vorräten zum allmählichen Verschleiß."

Die Krämer (oft auch Kramer genannt) schlossen sich ebenfalls zu Zünften und Gilden zusammen nach dem Vorbilde der Handwerker. Die von ihnen verkauften Artikel wurden genau geschieden von den sog. Handwerkerwaren. In den noch sehr primitiven Läden herrschte durchwegs das Gemischtwarensystem vor. Im übrigen war die Grenzlinie zwischen dem Kleinhändler und dem Handwerker sehr unscharf. Daraus erklärt sich auch die große Ähnlichkeit in der Interessenrichtung der beiden Gruppen. Die Wirtschaftspolitik der mittelalterlichen Stadt enthält treffliche Illustrationen zu dieser Erscheinung. —

2. Die neuere Zeit.

Das Auftreten einiger neuer Artikel bedingte eine leichte Neigung zu Spezialisierung des Warenlagers. Insbesondere das Aufblühen des Manufakturgroßbetriebes leistete dieser Strömung Vorschub; denn diese neue Produktionsform arbeitete nicht nur auf Bestellung, sondern namentlich auch auf Vorrat. Sie bedurfte deshalb zum Vertrieb ihrer Produkte besonderer Vermittler. Dem Einzelhandel tat sich ein neues Gebiet auf: Der Verkauf fabrikmäßig hergestellter Waren. —

3. Die neueste Zeit.

Die Periode NEUESTE ZEIT beginnt für den Einzelhandel ungefähr in der Mitte des 19. Jahrhunderts. In diesem Zeitabschnitt erfährt derselbe eine gründliche Neugestaltung. Das Schema für die Behandlung dieser wichtigen Umgruppierung übernehme ich von Sombart[2]). Er unterscheidet in der neueren Entwicklungsgeschichte des Detailhandels folgende Strömungen:

---

[2]) Vgl. W. Sombart, Die Entwicklungstendenzen im modernen Detailhandel. Referat, gehalten anläßlich der Generalversammlung des Vereins für Sozialpolitik in Breslau 1899. Abgedruckt in den Schriften des Vereins für Sozialpolitik, Bd. 88, S. 130 ff.

A. Die Tendenz zur quantitativen Ausgestaltung des Detailhandels.
B. Die Tendenz zur Neuorganisation des Detailhandels. (Er versteht darunter den Zug zum Großbetrieb.)
C. Die Tendenz zur Ausschaltung des Detailhandels.

A. Die Tendenz zur quantitativen Ausgestaltung des Detailhandels.

Darunter wird gewöhnlich das überproportionale Anwachsen der Zahl der Händler gegenüber der Bevölkerung verstanden. Man spricht von einer Überfüllung des Detailhandels. Es seien nachfolgend einige Einflüsse erwähnt, die in ihrer Gesamtwirkung selbst ein unverhältnismäßig starkes Anschwellen der Zahl der Einzelhandelsbetriebe verständlich erscheinen lassen. Der neuzeitliche, vom Liberalismus getragene Kapitalismus mit seiner oft wilden Produktionsweise schuf die Vorbedingungen für diese Ausdehnung.

a) Parallel zur Entwicklung der Großproduktion vollzieht sich eine allmähliche Auflösung der direkten Verbindung zwischen ihr und der Konsumentenschaft. Für beide Teile wird der Handel zur unerläßlichen Notwendigkeit. Er muß den gegenseitigen Kontakt wieder herstellen. Diese Funktion verhilft dem Händler zu einem noch nie erlebten Ansehen, was einen starken Zustrom von Leuten aus Ständen, die sich bis jetzt nicht zu dieser Beschäftigungsart herabließen, zur Folge hat.

b) Die günstigeren Erwerbsverhältnisse und die relativ langen Friedenszeiten seit 1850 verhalfen der Bevölkerung zu einem gewissen Wohlstand. Dadurch veränderten sich auch die Lebensansprüche. Die in erhöhtem Maße verausgabten Mittel vermochten wiederum einer größeren Anzahl von Händlern Absatz zu verschaffen.

c) Viele Kleinbauern und Landarbeiter, die sich ehemals entweder mit einem Äckerlein und einigem Kleinvieh selbst ernährt hatten oder vom Tische des Großbauern aus versorgt worden waren, zogen in die Industriestädte. Dort vergrößerten sie das Kontingent derer, die hinsichtlich ihrer Warenversorgung gänzlich vom Handel abhängig sind.

d) Die Auflösung der Stände einerseits und die Entstehung des Proletariats andererseits führten zu einer Uniformierung der Nachfrage. Eine Folge davon, die Standardisierung der Produktion, wirkt stark preismindernd. Die Industrieerzeugnisse werden immer weiteren Kreisen zugänglich gemacht, was, ohne daß dadurch jemand direkt geschädigt wird, eine Vermehrung der Händlerschaft rechtfertigt.

e) Die Wechselhaftigkeit der Mode und die geringe Gebrauchsdauer von Kleidungsstücken und Gebrauchsgegenständen aller Art beschwören eine zahlreichere Käuferschaft herauf, als dies früher bei gleichem Bevölkerungsstand der Fall gewesen wäre.

f) Die verbesserten Verkehrsmittel erlauben die leichte Herbeischaffung fremdländischer Produkte. Ihre Originalität oder auch ihre Vortrefflichkeit veranlaßt die in Frage kommenden Kreise immer wieder von neuem zum Einkauf. Ähnlich verhält es sich mit vollständig neuen Artikeln der inländischen Industrie. —

Die soeben berührten, zum Teil eng miteinander verknüpften Erscheinungen entspringen alle der normalen wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Wirkung davon, der erhöhte Zudrang zum Berufe des Einzelhändlers, darf insofern als eine in ökonomischem Sinne natürliche bezeichnet werden. Ich lasse nun aber einige Daten folgen, die zeigen sollen, wie ohne Rücksicht auf das Wachstum des Wirtschaftskörpers und auf die Aufnahmefähigkeit der letzten Verbraucher, Detailhandelsgeschäfte in Menge gezüchtet werden.

g) Zwischen dem Ansteigen der Bodenpreise und der Erhöhung der Zahl der Verkaufsläden besteht scheinbar kein Kausalzusammenhang. Ein Blick auf ein neuerschlossenes Baugebiet zeigt aber gerade das Gegenteil. Fast in jedem zweiten Hause werden Ladenräumlichkeiten eingerichtet. Das Baukapital will das Parterre so intensiv als möglich ausnutzen. Die Bedürfnisfrage ist Nebensache. Man denkt, es werde sich schon jemand finden, der ein „Geschäft“ übernehmen wolle. Diese Spekulation gelingt in den weitaus meisten Fällen.

h) Für die Bevölkerung leerer Verkaufsräume sorgen insbesondere die Kredit- und Einrichtungsgrossisten, die vorzüglich in der Kolonialwaren-, Gemüse-, Zigarren- und Schuhbranche zu suchen sind. Die kleine Gewinnmöglichkeit, die sich durch Übernahme von Ladengeschäften im oben gekennzeichneten Sinne bietet, ist für den gelernten Kaufmann meistens unlohnend. Sie wird aber gerne ausgenützt von heruntergekommenen Handwerkern, irgendwie überflüssig gewordenen Beamten und Angestellten oder von Arbeitern als Nebenbeschäftigung. Der größte Teil dieser Interessenten verfügt über keine oder nur geringe kaufmännische Kenntnisse. Obendrein fehlt den Leuten jegliches Betriebskapital, und oft verlangt ihre Kundschaft noch erhebliche Kreditgewährung. Über die zwei letztgenannten Hindernisse hilft der sog. Kreditgrossist hinweg mit einem langfristigen Warenkredit. Dadurch verschafft er sich eine Anzahl ihm verpflichteter Absatzstellen. Die „Inhaber" dieser Läden sind in Wirklichkeit bloße Verkäufer, die meist ein kümmerliches Dasein fristen. Für die unabwendbar entstehenden Verluste deckt sich der Grossist durch entsprechende Preiszuschläge[3]). Der Risikoausgleich wird natürlich auch bei dem finanziell sattelfesten Detaillisten gesucht. Um diesen in eine abhängige Stellung zu versetzen, müssen jedoch andere Mittel angewandt werden, z. B. Ankauf des Hauses, in dem derselbe sein Geschäft betreibt. Durch die Waffe „Mietzinserhöhung" oder „Kündigungsandrohung" ergibt sich dann das weitere von selbst. Diese Grossistenkategorie ist in der Schweiz stark vertreten. Oft kontrolliert ein einziges Engroshaus 30—40 Detailhandelsgeschäfte.

In ähnlicher Weise geht der sog. Einrichtungsgrossist vor. Hirsch beschreibt ihn folgendermaßen: „Er gibt Personen mit mehr oder weniger kleinem Kapital Gelegen-

---

[3]) J. Hirsch, in „Organisation und Formen des Handels" (vgl. Grundriß der Sozialökonomik, Bd. 5, 1. Abtlg., S. 91 ff..) gibt die Verluste bei diesem langfristigen Warenkreditgeschäft mit 10% des Verkaufswertes für den Gemüsehandel und mit 25% für den Schuhhandel an.

[4]) Vgl. Hirsch, Organisation und Formen des Handels, S. 93 ff.

heit, sich selbständig zu machen; sucht oft genug, wenn er für seinen Geschäftszweig einen ihm geeignet scheinenden Verkaufsladen weiß, öffentlich nach einem „Geschäftsinhaber", liefert die Geschäftseinrichtung und den ersten Warenvorrat auf Kredit und verpflichtet so den eingerichteten Geschäftsinhaber, von dem einrichtenden Unternehmer auf eine Reihe von Jahren alles oder doch wichtige Warengattungen zu beziehen. Voraussetzung für die systematische Durchführung solcher Gründungen ist meist beim Gründergrossisten eine gewisse Reichhaltigkeit des Sortiments, damit er den neu zu eröffnenden Laden selbst einigermaßen lebensfähig mit Waren ausstatten kann". Falls aber solche Geschäfte eine gute Rendite abwerfen, kommt der Grossist leicht dazu, die Hoffnung des Inhabers auf Selbständigkeit zunichte zu machen. Meistens werden solche Geschäfte in offene oder verhüllte Filialen umgewandelt.

i) Auch das Unternehmerkapital ist an der Vermehrung der Detailhandelsgeschäfte beteiligt. Die meist in der Form der A.-G. auftretenden Firmen suchen ihren Erwerbskreis mit Hilfe des Filialsystems auf ganze Landesteile auszudehnen, so z. B. die MERKUR A.-G. mit ca. 130 Filialen, die LEBENSMITTEL A.-G. BERN mit ca. 70 Ablagen, KAISERS KAFFEE-GESCHÄFT mit über 1000 Filialen, CHOCOLAT VILLARS, TUCH A.-G. u. a. m.

k) Nicht zu vergessen ist der Zuwachs, den der in Rede stehende Handelszweig durch die Ladengründungen der Konsumgenossenschaften erhielt. Die Konsumvereine der verschiedenen Verbände unterhalten gegenwärtig in der Schweiz über 2300 Verkaufslokale. —

Zusammenfassend sei folgendes bemerkt: Sowohl die Kleinhändler als auch die Grossisten, Konsumvereine und das Unternehmerkapital sind direkt oder indirekt an der gegenüber dem Wachstum der Bevölkerung überproportionalen Vermehrung der Detailhandelsgeschäfte beteiligt. Die Überproportionalität darf nicht ohne weiteres als ungesund betrachtet werden; denn wie obige Ausführungen deutlich zeigen,

findet sie in verschiedenen Erscheinungen der wirtschaftlichen Entwicklung ihre Rechtfertigung. —

B. Die Neuorganisation des Detailhandels.

Zuerst nur die Produktion erfassend, dringt der kapitalistische Erwerbssinn immer weiter in das Wirtschaftsleben ein und verdrängt vielerorts die althergebrachte Nahrungsidee. So zeigt sich auch im Einzelhandel allmählich eine Spaltung. Es hebt sich immer deutlicher eine Schicht von Händlern, bei der der neuzeitliche Erwerbsgeist Eingang gefunden hat, von der übrigen Masse ab, die vorerst noch an der alten Lebenseinstellung festhält.

Dem Einzelhandel — eine Lebensnotwendigkeit vieler Industriezweige — werden immer größere Warenmengen zur Verteilung übergeben. Der Absatz dieser Produkte wird schließlich zum Problem. Alle greifbaren Mittel müssen zur Bemeisterung der Flut herangezogen werden. Eine Umschichtung der Absatzmethoden vollzieht sich. In dieser Entwicklung lassen sich drei Strömungen unterscheiden (nach Sombart):

a) Die Umgruppierung der Waren.

In zeitlicher Beziehung liegt die *Scheidung nach der Warengattung* am weitesten zurück. Aus der alten Gemischtwarenhandlung wird ein Warentyp herausgenommen und zum einzigen Handelsgegenstand eines sog. Spezialgeschäfts gestempelt. Der spezialisierte Händler kann in dem betreffenden Artikel in der Regel größere Mengen umsetzen als das Gemischtwarengeschäft. Infolgedessen stellt sich auch der Einstandspreis billiger. Die daraus hervorgehende größere Konkurrenzfähigkeit steigert den Absatz von neuem. Auch die reichhaltigere Auswahl und die gesteigerte Sachkenntnis verfehlen ihren Einfluß auf die Kundschaft nicht. Das Spezialgeschäft war und ist heute noch die einzige Rettung für viele städtische Kleinhändler. Auf dem Lande ist eher das Gegenteil der Fall, wie ich aus eigenen Beobachtungen schließen

konnte. Dort blüht das Lädchen, das, wenn auch in geringer Auswahl, alles führt vom Holzschuh bis zum Christbaumschmuck, vom Safrandöschen bis zum Zuckerstock. Der ländliche Detailhandel hat das Bestreben, alle jene mannigfaltigen Produkte, von denen der Landbewohner in der Zeitung aus der Stadt liest, so nahe als möglich an die Interessenten heranzubringen. Dadurch sollen letztere vom Einkaufe beim städtischen Händler oder Versandgeschäft abgehalten werden.

Freilich haben sich die Spezialgeschäfte vielfach durch sich selbst — durch die gegenseitige Konkurrenz — schon wieder überlebt. So konnte z. B. der Kaffee nicht lange allein im Kaffeespezialgeschäft bleiben. Schokolade, Zuckerwaren und Nahrungsmittel aller Art gesellten sich zu ihm. Mehr und mehr trat die *Assortierung der Warengattungen nach dem Bedarf und der Bequemlichkeit der Kundschaft* hervor. Es entstanden die sog. Bedarfsartikelgeschäfte: Das Modegeschäft, das Reiseartikelgeschäft, das Haushaltungsartikelgeschäft etc. Dem Publikum soll der Einkauf möglichst bequem und angenehm gemacht werden. (Ein weiterer Schritt in dieser Richtung läßt sich auch in der Standortswahl erblicken. Läden mit Artikeln für den alltäglichen Bedarf gehen den Kunden nach und setzen sich in der Nähe ihrer Wohnungen fest. Eine entgegengesetzte Politik verfolgen die Geschäfte mit Erzeugnissen für den periodischen Bedarf: Hutläden, Schuhhandlungen usw. Diese Firmen bilden zusammen die Geschäftsstraße. Ihre Inhaber wissen, daß die Kundschaft gerne einen etwas weiteren Weg zurücklegt, um eine gediegene Auswahl vor sich zu haben. Zugleich will man auch die Landbevölkerung und die Fremden, welche sich nur in den Hauptstraßen auskennen, erfassen.) —

b) Die Zusammenfassung der gewinnbringenden Kräfte.

Das System der Bedarfsartikel- und Spezialgeschäfte hat den Nachteil des unregelmäßigen Absatzes. Der Andrang des Publikums richtet sich nach der Saison. In 3—4 Hochsaisonmonaten des Jahres müssen vielleicht 60—80 Prozent des notwendigen Gewinns erzielt werden, was nicht ohne empfindliche Rückwirkung auf die Preise bleiben kann. Zur Ausschaltung

der stillen Zeiten fing man an, eine Anzahl Spezialgeschäfte verschiedener Branchen aneinander zu fügen. Daraus entstand unter Kumulierung großer Kapitalien die Einrichtung, die den Namen W a r e n h a u s trägt.

Das Mutterland der Warenhäuser ist Frankreich. Im Jahre 1852 gründete ein gewisser Aristide Baucicaut in Paris das erste Warenhaus, den BON MARCHÉ. Bald darauf (1855) erfolgte die Gründung des LOUVRE. Die Bewegung springt dann auf England über, wo namentlich die Warenhausfirma WHITELEY tonangebend ist. Selbstverständlich bleibt Amerika nicht zurück. Die dortigen Warenhauskönige WANAMAKER und MARSHALL, FIELD & Co. erzielen Jahresumsätze von 500 bis 600 Millionen Schweizerfranken. Das älteste Warenhaus Deutschlands ist dasjenige des deutschen Offiziersvereins (gegründet 1884). Nur wenig jünger sind die bekannten Firmen MESSOW & WALDSCHMIDT in Dresden, HERMANN TIETZ und A. WERTHEIM, beide in Berlin. Das Total der im Gebiete des Deutschen Reiches ansässigen Warenhäuser wird auf ca. 200 veranschlagt. In der Schweiz taucht das Warengroßmagazin erst zur Zeit der Jahrhundertwende auf. Die ältesten und größten Firmen dieser Art sind die Warenhäuser LOEB, BRANN, GLOBUS, JELMOLI und INNOVATION. Eingehende geschichtliche Abhandlungen über das Warenhaus enthalten die Werke von Autoren wie: Wernicke, Biermer, Suchsland, Sombart, Hirsch, Mataya, Müffelmann u. a. m. (Vgl. Literaturverzeichnis.)

Mit Hilfe der peinlich genauen Vorkalkulation auf Grund von Katalogen und Offerten, des Einkaufs in großen Quantitäten, der prompten Bezahlung und mittelst der finanziellen Beteiligung an Produktionsunternehmungen erreichen die Warenhäuser äußerst niedrige Einkaufspreise. Dazu werden die Unkosten pro verkauftes Stück auf ein Minimum heruntergeschraubt. Die Ladenfläche wird unter Heranziehung der oberen Etagen und des Kellers so intensiv als möglich ausgenutzt. Der Umstand, daß die „Saisons“ der einzelnen Abteilungen einander stets ablösen, führt zu einer maximalen Ausnützung von Betriebskapital, Zeit und Arbeitskraft. —

c) Neugestaltung der Geschäftsprinzipien.

Im Gegensatz zu früheren Zeiten, wo der Händler auf die Kundschaft wartete, ist heute die *Anlockung des Publikums* zu einer Hauptaufgabe geworden. Auch in dieser Beziehung leisten die Warenhäuser das Größtmögliche. Zur Verwirklichung ihres Leitmotives „großer Umsatz, kleiner Nutzen" werden die verschiedensten Mittel herangezogen. Ohne einen Kaufzwang zu spüren, kann die Kundschaft unter einem Dache die Waren mehrerer Branchen in großer Auswahl besichtigen. Kulanz, Umtauschbereitwilligkeit, Ausstattung, Geschenklein, Tea-Room, Konzert, Lift, Lieferung ins Haus und die großangelegte Reklame verfehlen ihre Wirkung nicht. Saison- und Räumungsausverkäufe, Weiße Woche und Ausnahmetage gestalten stille Zeiten zur Hochsaison.

Daß diese Taktik dem Kleinhändler Umsatz und Gewinn erheblich schmälern mußte, liegt auf der Hand. Immer mehr erblickte er im Warenhaus einen gefährlichen Feind, und seit dem Ende des letzten Jahrhunderts steht die Warenhausfrage vielerorts im Zentrum der Mittelstandspolitik der rechtsstehenden Parteien. Man versuchte das Warenhaus mittelst Sondersteuern und mit Verboten aller Art zu Fall zu bringen. Die erzielten Erfolge waren jedoch nicht von nachhaltiger Wirkung. Der Verfassungssatz der Handels- und Gewerbefreiheit gebot allzu starken Einschränkungsbestrebungen zum voraus Einhalt. Dann beklagten sich bald auch Gewerbe und Industrie, weil die Warenhäuser alle Unbequemlichkeiten auf sie zurückwälzten. Endlich mußte der kleine Händler das von ihm geführte Messer im eigenen Fleisch spüren. Die Produzentenschaft ließ die Warenhäuser als Abnehmer nur ungern los, trotzdem die von letzteren verlangten Extrarabatte ansehnliche Breschen in ihr Gewinnbudget schlugen. Zwecks Kompensation der Gewinnausfälle wurden die Preise der an Kleinhändler abgegebenen Waren mit entsprechenden Zuschlägen belegt, welcher Umstand naturgemäß den Grad der Konkurrenzfähigkeit dieser Wirtschaftsgruppe noch mehr sinken ließ. Heute beschränkt man sich in objektiver Art und Weise darauf, nur

wirklich unlautere Machenschaften auszuschalten, was namentlich beim Ausverkaufswesen notwendig ist.

Saisonausverkäufe sind eine wirtschaftliche Unumgänglichkeit für die Warenhäuser. (Eine periodische Ladenhüterliquidation würde zweifellos auch auf das Warenlager vieler Kleinhändlerfirmen einen günstigen Einfluß ausüben.) In diese Ausverkäufe werden jedoch eine Menge Artikel einbezogen, die gar keine „Saison" aufweisen. Das Publikum ist aber der Meinung, es handle sich um lauter Gelegenheitskäufe und kauft oft Dinge ein, für die gar kein Bedarf vorhanden ist. Weitere Mißstände zeigen sich in der Anhäufung großer Warenmengen v o r dem Ausverkauf und im Nachschub solcher w ä h r e n d desselben. Auch die Plakat-Propaganda ist nicht immer einwandfrei. Mit fetten Lettern treten die Worte „Total" und „Ausverkauf" hervor. Nur aus der Nähe kann man noch das eingeschobene Wort „Saison" entdecken. Die Schaufensterstücke werden nur ungern verkauft. Ja es gilt geradezu als Ausnahme, wenn man dem Publikum auch den Zugriff auf die ausgestellten Waren einräumt. So konnte man anläßlich des Saisonausverkaufes im Juni 1924 vor der Auslage eines Berner Warenhauses auf einer Affiche lesen: „Achtung! Die hier ausgestellten Artikel werden ebenfalls verkauft."

Die Tatsache, daß den oben beschriebenen Maßnahmen mehr oder weniger hervortretende Unlauterkeiten anhaften, läßt sich nicht absprechen. Dem Kleinhändler kann nicht Engherzigkeit vorgeworfen werden, wenn er solche Auswüchse bekämpft. In den meisten Kantonen fand das Ausverkaufswesen seine gesetzliche Regelung. Neulich hat auch der Kanton Appenzell A.-Rh. ein von gesundem Geiste getragenes Gesetz betreffend das Ausverkaufswesen[5]) aufgestellt, woraus ein kleiner Auszug der hier interessierenden Bestimmungen wiedergegeben werden soll:

Als Ausverkauf wird, ob derselbe ausdrücklich als solcher bezeichnet wird oder nicht, jeder öffentliche Verkauf betrachtet, bei welchem vorübergehend auf namhaften Warenmengen

[5]) Gesetz vom 17. Juli 1922.

wesentliche Preisermäßigungen versprochen und auch gewährt werden; z. B. Verkauf zu und unter Ankaufspreisen, zu bedeutend reduzierten Preisen usw. (Als nicht ganz gerechtfertigt erscheint die Regel, nach welcher Verkaufstage mit Geschenkleinabgabe an Kinder ebenfalls unter die Bestimmungen betreffend Ausverkaufswesen gestellt werden.) Für die Abhaltung eines Ausverkaufs ist die Bewilligung des kantonalen Patentbureaus erforderlich. Der Gesuchsteller hat den Wert des dem Ausverkaufe unterliegenden Warenvorrates anzugeben. Kurz vor dem Ausverkaufe zugekaufte oder aus Filialgeschäften zugeführte Waren sind vom Ausverkaufslager deutlich abzusondern. Bei jedem Teilausverkauf sind die demselben unterstellten Waren auf Kosten des Gesuchstellers zu inventarisieren und zu kennzeichnen. Ein Nachschub von Waren während des Ausverkaufes ist nur ausnahmsweise und mit besonderer Bewilligung gestattet. Der Veranstalter haftet für die Gewährung der zugesicherten Preisermäßigungen. Das kantonale Patentbureau behält sich eine Prüfung vor, ob es sich nicht bloß um scheinbare Preisreduktionen handle. In den Monaten Oktober, November und Dezember (Zeit der Festeinkäufe) werden nur ausnahmsweise Ausverkäufe gestattet (etwa bei Tod, Krankheit, Kündigung etc.).

Wie sich diese Rechtssätze in der Praxis bewähren, wird die Zukunft lehren. Einen beachtenswerten Weg hat das Sekretariat des Gewerbeverbandes Baselstadt eingeschlagen[6]). Es geht von der durchaus richtigen Ansicht aus, daß es in Fällen von unlauterem Wettbewerb vor allem darauf ankomme, den Mißstand s o f o r t abzustellen. Eine nachträgliche richterliche Buße nützt erfahrungsgemäß wenig, da der durch die Täuschung erzielte Mehrgewinn meistens ein Vielfaches des Strafbetrages ausmacht. Bei offenkundigen Übertretungsfällen versucht man die Unlauterkeit auf dem Wege der Rücksprache mit dem betreffenden Geschäftsinhaber zu beseitigen. Das Gewerbesekretariat wird bei ihm vorstellig und macht ihn auf das Ungesetzliche seiner Handlungsweise aufmerksam. Strafanzeige erfolgt nur bei Nichtbeachtung der Vorschläge

[6]) Vgl. Schweiz. Spezereihändlerzeitung, Jahrg. 1924, No. 12.

des Sekretariates. Auf solche Art konnten schon viele unlautere Veranstaltungen kostenlos und rasch aufgehoben werden. Dieser Weg ist ohne Zweifel der Nachahmung wert.

Die Suche nach neuen Absatzmethoden zeitigte auch den Gedanken, die Käuferschaft zugleich an verschiedenen Orten anzuziehen. Die Verkörperung dieser Idee ist im sog. Filialgeschäft zu finden. Naturgemäß genießt es ebenfalls die Vorteile aus dem Massenbezug von Waren, der einheitlichen finanziellen Basis und Leitung und der automatischen Reklamewirkung des ständig wiederkehrenden Firmanamens. Der kleine Einzelhandel pflegt die Filialgeschäfte als großkapitalistische Unternehmungen zu bezeichnen. Dieser Auffassung kann hier nicht ohne weiteres beigepflichtet werden. Es sei daran erinnert, daß sich die Aktionäre verschiedener Filialhäuser unseres Landes zu einem namhaften Teil aus mittelständischen Kreisen rekrutieren. Außerdem verdienen die Dividendensätze dieser Firmen durchaus nicht immer die Benennung „großkapitalistisch". Die einzelnen Warendepots werfen vielfach keine oder eine derart bescheidene Rendite ab, daß ein selbständiger Händler dieselbe nicht als Existenzgrundlage verwenden könnte. Es ist dies mit ein Grund der Stagnation in der Entwicklung mancher Filialgesellschaften. Was ferner die Höhe des Gesellschaftskapitals anbetrifft, stehen einige Kleinhändlerorganisationen nicht hinter den Filialunternehmungen zurück. Auch müssen die disponierenden Organe der händlerischen Einkaufsgenossenschaften ebenso kapitalistisch denken wie die Leiter von Filialgeschäften. Als typisch großkapitalistische Vertreter der letztgenannten Detailhandelsart kommen eigentlich nur die nach dem Filialsystem organisierten Warenhäuser und die Verkaufsablagen von bedeutenden Industrieunternehmungen (z. B. Villars) in Betracht. Die Expansionsbestrebungen derselben gehen oft weit über die Landesgrenzen hinaus. Äußerlich stellen viele Konsumvereine ebenfalls eine Art Filialgeschäft dar. Neben den offenen sind auch noch die mehr oder weniger verhüllten Ablagen der Kredit- und Einrichtungsgrossisten zu nennen.

Weiterhin gliederten viele Warenhäuser dem ordentlichen Ladenverkaufsgeschäft eine Versandabteilung an. Daneben existieren aber auch reine Versandgeschäfte ohne Ladenlokalitäten. Durch Katalogversand versucht man das Einzugsgebiet des kaufenden Publikums zu einem nationalen, ja sogar internationalen zu gestalten. In diesem Werbemittel liegen die hauptsächlichsten Kostenvorteile des Versandhauses: Keine Ausgaben für kostspielige Verkaufslokale, Ladenpersonal und Einrichtungen.

Eine Abart des Versandgeschäftes ist das Detailreisegeschäft. Es sammelt die Bestellungen mit Hilfe von Mustern, Katalogen und mündlicher Anpreisungskunst ein. Bei Absatzkrisen vermehren sich diese Geschäfte sporadisch. Ursprünglich befaßten sie sich fast nur mit Wäscheartikeln. Heute offerieren ihre Vertreter Utensilien aller Art. Neben reellen Firmen tauchen immer wieder solche auf, welche die Unerfahrenheit und Rechtsunkenntnis des Publikums mittelst schleierhafter Klauseln und Nebenabreden ausnutzen. Vielerorts wurden die Detailreisegeschäfte in den Hausierhandelsgesetzen mit einschränkenden Bestimmungen bedacht.

Oft isoliert, vielfach aber mit Versand- und Detailreisegeschäft kombiniert, tritt das Abzahlungsgeschäft auf. Es verkauft seine Waren auf Kredit. Für die Bezahlung des Kaufpreises haftet der Gegenstand selber. Diese Kredithäuser entstanden überwiegend zur Zeit der Einführung der Nähmaschine in der Mitte des vorigen Jahrhunderts. Sie haben ihre Tätigkeit heute auch auf andere Gebiete ausgedehnt und bearbeiten insbesondere die Arbeiterbevölkerung. In den neuzeitlichen Gesetzbüchern hat das Abzahlungsgeschäft ebenfalls seine rechtliche Regelung gefunden. —

Zusammenfassung: Die unter dem Titel „Neuorganisation des Detailhandels“ skizzierte Entwicklung setzt dem alten Einzelhandel stärker zu als die Konkurrenzvermehrung im eigenen Lager. Man denke nur an die Millionenumsätze der Warenhäuser, deren durchschnittlicher Tagesumsatz oft größer ist als der Wert der Waren, die in einem Kleinbetrieb des Einzelhandels während eines ganzen Jahres

verkauft werden. Der Kleinhändler, anstatt das Rennen von Anfang an mitzumachen, vertraute auf die staatliche Hilfeleistung. Erst als er einsah, daß letztere die gewünschte Besserstellung nicht zu bringen vermochte, horchte er auf die Stimmen aus den eigenen Reihen, die eine Neuorientierung des Kleinhändlerstandes als unumgänglich hinstellten. Es bedurfte aber noch eines dritten Anstoßes, um die Verwirklichung dieses Gedankens ins Rollen zu bringen. Von ihm soll im folgenden Abschnitt die Rede sein. —

C. Die Bestrebungen zur Ausschaltung des Detailhandels.

Die Bewegung, die unter Anwendung von neuzeitlichen Geschäftsgrundsätzen auf die Konzentration des Detailhandels in Großbetrieben hinzielt, kennt keinen Programmpunkt „Ausschaltung der Kleinbetriebe des Detailhandels aus dem Verteilungsprozeß". Faktisch bringt aber der Großbetrieb diese Wirkung automatisch mit sich. Deswegen darf ihm jedoch kein Vergewaltigungsvorwurf gemacht werden. *Auf dem Boden der Handels- und Gewerbefreiheit setzt sich diejenige Wirtschaftseinheit durch, die so organisiert ist, daß sie unter den gegebenen Verhältnissen ökonomisch am rationellsten arbeitet.* Zur obengenannten tritt aber noch eine weitere Strömung, die gleich von Anfang an die Ausschaltung des privaten Zwischenhandels, ob Groß- oder Kleinbetrieb, direkt ins Auge faßt. Diese Richtung wird innegehalten von den Vereinigungen der letzten Verbraucher, den Konsumgenossenschaften.

Die praktische Auswirkung dieser Bestrebungen traf die einzelhändlerischen Kleinbetriebe sehr stark. Die Großbetriebe wurden kaum gefährdet, denn die Konsumvereine besaßen das wirtschaftliche Rüstzeug zu deren Ausrottung selbst nicht. Wie dies schon bei der Behandlung der übrigen neuen Betriebsformen des Einzelhandels der Fall war, ist auch die unten folgende Entwicklungsskizze des Konsumgenossenschaftswesens eine summarische und bezieht sich in der Hauptsache auf Schweizer Verhältnisse. Geschichte und Wesen der ge-

samten Bewegung haben ausführlich behandelt die Autoren: Joh. Fr. Schär, Hans Müller, Krüger, Wygoszinski, Lindecke u. a. (vgl. Literaturverzeichnis). —

Neben den Konsumentenzusammenschlüssen machen auch verschiedene Produzentenkategorien Versuche zur Ausschaltung oder doch Schmälerung der freien Dispositionsgewalt des Einzelhandels. —

a) Die Konsumentenzusammenschlüsse.

Es sind dies Selbsthilfeorganisationen der letzten Verbraucher zur gemeinsamen Beschaffung von Verbrauchswaren. Rechtsform ist meistens die Genossenschaft, seltener die A.-G.

In der Schweiz lassen sich schon in den 40er Jahren des vorigen Jahrhunderts Spuren von Verbraucherzusammenschlüssen nachweisen. Sie verlaufen aber zumeist wieder im Sande. Ab 1860 beginnt ein neuer Aufschwung. In allen namhaften Industrie- und Verkehrsorten finden die sog. Pioniere von Rochedale Nachahmer. Die ältesten der heute noch bestehenden Konsumvereine der Schweiz sind: Fontainemelon, gegr. 1851, Horgen 1852, Olten 1862, Netstal und Schwanden 1864, Basel 1865, Chur und Niederurnen 1866, St. Imier 1867, Genf, Travers, Wald, Wetzikon, Winterthur, Herisau, Glarus und Näfels 1868[7]).

So lange die Konsumvereine ohne gegenseitigen Kontakt arbeiteten, waren sie für den privaten Einzelhandel noch nicht besonders gefährlich. Anders gestalteten sich die Verhältnisse nach der Gründung des Verbandes schweiz. Konsumvereine mit Sitz in Basel (V. S. K.). Nachdem frühere Versuche mißlungen waren, schlossen sich im Januar 1890 in Olten ca. 40 Vereine zu obigem Schutzverbande zusammen. Auf Initiative von Prof. Joh. Fr. Schär hin wurde demselben 1892 eine Großeinkaufsstelle angegliedert, die, wie es sich in der Folge zeigte, als ein Hauptschlag gegen den Kleinhändlerstand aufgefaßt werden darf. Von dieser Zeit an schossen die Konsumgenos-

[7]) Vgl. Rechenschaftsbericht der Verbandsbehörden des V. S. K. 1923.

senschaften wie Pilze aus dem Boden hervor. Um die Jahrhundertwende wurde die Lage der privaten Kleinbetriebe des Einzelhandels stellenweise zu einer geradezu kläglichen.

Daß man selbst in akademischen Kreisen an ihren Untergang glaubte, zeigt folgende Stelle aus Dr. Otto Lindeckes Arbeit „Die Aussichten der Konsumvereine und der kleinhändlerischen Interessenverbände“[8]): „Selbst wenn man vom volkswirtschaftlichen Standpunkte aus die völlige Verdrängung des Klein- und Zwischenhändlerstandes durch die Konsumgenossenschaften als einen durchaus notwendigen kulturellen Fortschritt betrachtet und herbeiwünscht, so ist doch die Abwehr psychologisch verständlich, und das auch dann, wenn man den Existenzkampf des Kleinhandels in jeder Hinsicht für völlig aussichtslos hält“. —

Der V. S. K. ist in den 35 Jahren seines Bestandes zu einem nicht zu unterschätzenden Faktor im schweizerischen Wirtschaftsleben angewachsen. Faucherre[9]) schätzt die durch Konsumvereine vermittelten Waren auf 20—30% des schweizerischen Gesamtdetailumsatzes. Nachfolgend einige Umsatzziffern der Einkaufszentrale in Basel (laut Rechenschaftsbericht 1925):

1893	386 000 Fr.	1920	172 028 000 Fr.
1900	3 657 000 „	1921	144 419 000 „
1905	9 143 000 „	1922	118 421 000 „
1910	27 765 000 „	1923	119 519 000 „
1914	45 717 000 „	1924	123 594 000 „
		1925	125 251 000 „

Dem V. S. K. waren 1925 521 Konsumvereine angeschlossen, die zusammen über 2000 Verkaufsläden unterhalten. Neben der Einkaufsstelle betreibt der Verband noch weitere seinen Zwecken dienende Einrichtungen, z. B. eine Versicherungs- und Bankabteilung, Landwirtschaftsbetriebe, ein Pressebureau, eine Treuhandstelle, eine Bauabteilung, Departemente für

---

[8]) Basler Dissertation 1904, S. 59.

[9]) Vgl. Faucherre, Mittelstandsbewegung und Konsumgenossenschaften, S. 24.

Propaganda, Rechts- und Bildungswesen. Außerdem beteiligt er sich mit namhaften Kapitalien an Unternehmungen, welche zu seinen Gunsten beeinflußt werden sollen. So kontrolliert er die Großschlächterei Bell A.-G. in Basel, die Schweiz. Aktiengesellschaft für Fleischwarenimport (S. A. F.) Pratteln, die Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine (M. S. K.) Zürich u. a. m. —

Außer dem V. S. K. bestehen noch weitere Konsumentenverbände: Unter dem Protektorat des „Verbandes ostschweiz. landwirtschaftl. Genossenschaften" mit Sitz in Winterthur stehen gegenwärtig ca. 250 Verkaufsläden in Betrieb. Viele dieser Konsumdepots wurden den Lagerstellen landwirtschaftlicher Hilfsstoffe angegliedert, zwecks Ausfüllung der Arbeitszeit der Lagerhalter. Der Ostschweizer Verband wurde 1888 gegründet und war bis 1905 mit dem V. S. K. verbunden. Die Loslösung erfolgte aus parteipolitischen Gründen. Fast zur gleichen Zeit gaben weitere Vereine, ebenfalls wegen Parteistreitigkeiten, ihre Mitgliedschaft beim Basler Verband auf und schlossen sich zum christlichsozialen Konsumgenossenschaftsverband „Konkordia" mit Sitz in Zürich zusammen.

Dem Verband ostschweiz. landwirtschaftl. Genossenschaften sind ähnlich: Der „Verband landwirtschaftl. Genossenschaften des Kantons Bern" in Bern (Tätigkeitsgebiet: Kantone Bern und Freiburg); der „Verband landwirtschaftl. Genossenschaften der Nordwestschweiz" in Solothurn (Kantone Solothurn, Baselland, Baselstadt und Berner Jura) und die „Union Agricole" in Lausanne (Kantone Waadt, Wallis, Neuenburg und Genf).

Zu den organisierten Konsumvereinen kommt noch eine Anzahl Alleingänger. Es ist deshalb nicht übertrieben, wenn man die Zahl der Konsumvereinsläden in der Schweiz mit 2300—2500 veranschlagt.

Die internationale Verbindung aller Konsumvereine wird durch den Weltkonsumverband hergestellt, der ca. 48 000 Vereine mit 22 Millionen Mitgliedern umfaßt, welche einen jährlichen Gesamtumsatz von ungefähr 8 Milliarden Franken erzielen.

Die Antikonsumvereinsgesetzgebung trieb in der Schweiz nicht so große Blüten wie in andern Ländern. Die kleinhändlerischen Interessenverbände pochten bei uns hauptsächlich auf eine Nivellierung der Besteuerung der Konsumvereine mit derjenigen des privaten Einzelhandels. Heute sind in der Mehrzahl der Kantone die Steuersätze ziemlich ausgeglichen[10]). Nur die Frage der Besteuerung oder Nichtbesteuerung der Rückvergütungen gibt immer noch Anlaß zu Streitigkeiten. Die Kantone Zürich und Schaffhausen lassen dieselben unbesteuert. Kritisch sei hier bemerkt, daß bei der Steuererhebung auf dem genannten Gebiete aus Zweckmäßigkeitsgründen keine wesentlichen Unterschiede gemacht werden sollten. Steuerfreiheit für die Konsumgenossenschaften hätte eine erhöhte Konkurrenzfähigkeit derselben und diese wiederum ein Zusammenschrumpfen des Steuersubstrates beim privaten Einzelhandel zur Folge. Der Steuerausfall würde also auf zwei Seiten eintreten, ohne daß bei der Konsumentenschaft ein merklicher Ausgleich gefunden werden könnte in Form eines erhöhten Vermögenssteuerertrages. Letzten Endes müßten doch wieder die letzten Verbraucher auf irgend eine Art den gesamten Steuerausfall decken. —

b) Die Produzentenorganisationen.

Auch seitens der Produzenten wurden und werden stets Anstrengungen gemacht, welche auf eine Schmälerung der freien Dispositionsgewalt oder sogar auf die Ausschaltung des Kleinhändlers aus dem Verteilungsprozeß hinzielen.

Durch Selbstdetaillierung strebt der Fabrikant nach Vergrößerung seiner Gewinnmarge oder nach erhöhtem Absatz. Solche Maßnahmen sind allerdings nur in wenigen Branchen zu beobachten, so z. B. bei den Schuh-, Konfektions-, Genußmittel- und Elektroartikel-Erzeugern. Dieses Vorgehen hat in den Kreisen der Händler eine lebhafte Kritik heraufbeschworen.

---

[10]) Vgl. Dr. Max Fretz, Die Besteuerung der Konsumgenossenschaften in der Schweiz (Reichsbergsche Zeitschrift für Volkswirtschaft und Sozialpolitik, 29. Jahrg., Heft 8 und 9).

So lange der Fabrikant nicht durch Spezialpreise die übrigen Vertreter seiner Ware unterbietet, kann m. E. der Selbstdetaillierung nichts entgegengehalten werden. Den Händlern steht im besten Falle das Mittel der Selbsthilfe zur Verfügung. Ich denke dabei an den gegen den betr. Lieferanten gerichteten Boykott, den Kaufkraftzusammenschluß und an die gütliche Vereinbarung. Eine Sperre, bei der die Konsumentenschaft nicht mitmacht, müßte aber eine der gewünschten entgegengesetzte Wirkung zur Folge haben. Auf diese Art und Weise würde man das Publikum direkt in die Filialen des Fabrikanten hineintreiben, und das besonders dann, wenn sich die betr. Waren einer allgemeinen Beliebtheit erfreuen. —

In Zusammenfassung sei gesagt, daß insbesondere die konsumgenossenschaftliche Entwicklung die Kleinhändler an den Rand des Abgrundes brachte. Aber im entscheidenden Moment rafften sich diese auf und folgten jenen Stimmen, welche die staatliche Hilfeleistung im Existenzkampfe in die zweite oder dritte Linie stellen und mit den zusammengefaßten eigenen Kräften im Vordertreffen das verlorene Wirtschaftsgebiet wieder zurückerobern wollten. —

§ 3. Die Anpassung des Kleinhändlers an die neuen Verhältnisse in der Verteilungswirtschaft.

Es dürfte interessant sein, die zahlenmäßige Endwirkung der in § 2 gekennzeichneten Strömungen festzustellen. Leider verfügen wir in der Schweiz nicht über Zählungen aller Ladengeschäfte. Die Resultate der Gewerbezählung von 1905 können, da sie keine Nachfolger haben, nicht zu Vergleichs-Zwecken verwendet werden. Einzig die eidg. Volkszählungen liefern einige brauchbare Angaben über die Zahl der selbständigen Inhaber von Handelsgeschäften. In diesen Ziffern sind zwar auch die selbständigen Inhaber (also natürliche Personen) von Bank- und Versicherungsgeschäften enthalten. Dieser Umstand vermag jedoch die Bildwirkung der Zahlen, welche sich in der Hauptsache auf die mittleren und kleinen

Ladengeschäfte beziehen, kaum zu beeinträchtigen. Die genannte Ausscheidung wurde allerdings nicht bei jeder Volkszählung vorgenommen, weshalb sich die unten folgenden Angaben auf die Jahre 1860, 1900 und 1920 beschränken. Für die Zusammenstellung wählte der Verfasser die Ergebnisse folgender Kantone aus: Baselstadt (Stadt- und Industriekanton, Konsumvereinshochburg), Solothurn (Mischung von Industrie- und Landwirtschaftsbevölkerung), Luzern (hauptsächlich Landwirtschaftskanton) und Genf (welschschweiz. Industrie- und Stadtkanton). Die eingeklammerten Anmerkungen sollen die getroffene Auslese begründen.

Jahr	Bevölkerung	Zunahme der Bevölkerung in % 1860—1900 1900—1920	Zahl der selbständigen Inhaber von Handelsgeschäften	Zunahme der selbständigen Geschäftsinhaber in % 1860—1900 1900—1920	Zahl der selbständigen Geschäftsinhaber auf 1000 Einwohner
Baselstadt:					
1860	40 683	—	1 233	—	30,4
1900	112 885	177 %	1 953	58 %	17,3
1920	140 508	24 %	2 397	23 %	17,1
Solothurn:					
1860	69 263	—	767	—	11,1
1900	100 762	45 %	714	minus 7 %	7,1
1920	130 617	30 %	860	24 %	6,6
Luzern:					
1860	130 504	—	1 490	—	11,3
1900	146 912	13 %	1 506	1 %	10,2
1920	176 958	20 %	1 852	23 %	10,4
Genf:					
1860	82 876	—	2 776	—	33,5
1900	133 417	61 %	2 808	1 %	21,0
1920	171 254	28 %	3 410	21 %	19,9

Die Zusammenstellung ist interessant in verschiedener Hinsicht: 1. Die Verschiedenartigkeit der einzelnen Kantonsresultate zeigt, daß ein Durchschnitt für die ganze Schweiz ein vollständig verschwommenes Bild ergeben würde. 2. Im Zeitraum 1860—1900 bleibt das Wachstum der Zahl der selbständigen Geschäftsinhaber weit hinter demjenigen der Bevölkerung zurück. Im Kanton Solothurn geht der Bestand sogar um volle 7% *zurück*. Die stärkste Zunahme weist Baselstadt auf mit 58%, Genf und Luzern bringen es nur auf 1%. 3. 1900 bis 1920 ist die Bewegung etwas ausgeglichener. Nur im Kanton Luzern nehmen die selbständigen Geschäftsinhaber um 3% mehr zu als die Bevölkerung. 4. Noch deutlicher reden die Ziffern, welche die Zahl der selbständigen Geschäftsinhaber auf 1000 Einwohner angeben. Ein kleiner Aufstieg bei Luzern (1900—1920) ausgenommen, ist überall ein Sinken der Quoten zu konstatieren.

Scheinbar kann also von einer zunehmenden Überfüllung gar nicht die Rede sein. Die auf Konzentration und Ausschaltung gerichteten Strömungen in der neuesten Entwicklungsperiode des Einzelhandels lassen eine gegenüber der Bevölkerungszunahme überproportionale Vermehrung der selbständigen Inhaber von Handelsgeschäften nicht zu. Dennoch muß hier ausdrücklich festgelegt werden, daß neben den Läden der Konsumvereine, der offenen und verhüllten Filialgeschäfte und neben den Warenhäusern zu viele einzelhändlerische Kleinbetriebe der Warenverteilungsfunktion obliegen. Wie eigene Untersuchungen ergaben, machen die Konsumablagen und Filialdepots je nach der Ortschaft 10—20% aller Detailhandelsgeschäfte aus. Sie bewältigen aber 20—30% des örtlichen Gesamtdetailumsatzes. Die Behauptung „der Kleinhändlerstand ist überfüllt“ darf also ohne Bedenken ausgesprochen werden.

Durch die Betonung der verschiedenen Mißstände soll aber nicht der Meinung Ausdruck verliehen werden, dem Kleinhändler gehe die Existenzberechtigung ab. Was sich durchsetzt, entspricht den neuen Gesamtverhältnissen. Damit will ich sagen: Das namentlich in

konsumgenossenschaftlichen Kreisen immer wieder aufgerollte Existenzberechtigungsproblem kann nicht mit der Feder in der Hand gelöst werden. Es ist überhaupt kein Problem. In der Ära der Handels- und Gewerbefreiheit fällt die Entscheidung im offenen Wirtschaftskampf. Wie er in der Produktion entschieden hat, wird durch ihn auch die Verteilungswirtschaft den jeweiligen ökonomischen Verhältnissen angepaßt werden.

Die eigene Kraft der beteiligten Wirtschaftsgruppen spielt in einem solchen Ringen die Hauptrolle. Die Staatshilfe soll nur den Zweck haben, den Wirtschafter zur Selbsthilfe zu erziehen und zu befähigen. Sie hat fremde Hemmungen und Übelstände zu beseitigen und die Rechtssicherheit zu gewährleisten. Demjenigen, der im Vertrauen auf die Staatshilfe seine eigenen Fähigkeiten nicht anwendet, soll sie entzogen werden. Wenn nicht, so wäre dies eine Almosenpolitik auf Kosten wirklich leistungsfähiger Elemente.

Nach langer Unsicherheit hat sich diese Auffassung beim Großteil der mittelständischen Wirtschaftsgruppen durchgerungen. Die früher zersplitterten Kräfte fanden sich vorerst in Schutz- oder Interessenverbänden zusammen. Letztere entstanden gewissermaßen zwangsläufig in den Zeiten, in denen der Druck der nach neuen Grundsätzen arbeitenden Konkurrenz gesteigert wurde. So auch beim kleinen Einzelhandel. Die größte Zusammenschlußtätigkeit fällt in den Zeitraum zwischen 1890 und 1910. Der Eingriff der Schutzverbände in die Wirtschaftsbetriebe ihrer Mitglieder war aber zu oberflächlich und vermochte deshalb keine entscheidenden Erfolge zu zeitigen. Der große Schritt nach vorwärts wurde erst durch die Gründung von Einkaufsgesellschaften getan. Diese übernahmen in der Folge unter reger Mithilfe der Rabattvereine die Hauptsanierungsarbeit unter den Klein- und Mittelbetrieben des Einzelhandels und führen sie heute mit wachsendem Eifer und Erfolg fort. Trotz ständiger Hemmungsversuche aus verschiedenen Richtungen — sogar aus dem Lager des eigenen Standes — ist ihre Entwicklung eine stetige.

Die Einkaufsgesellschaft hat das Verdienst, daß heute im Kleinhändlerstand wieder ein frischerer Wind weht. Die zusammengefaßten Kräfte vermochten die Leistungsfähigkeit des Einzelnen bedeutend zu heben. Unter dem Einfluß weitsichtiger Führer dehnte der Kleinhändler den Horizont seines Denkens immer mehr aus. Die einst weggewünschte Handelsfreiheit erscheint ihm heute wieder als notwendig. Sie hat dafür Sorge zu tragen, daß weder ihm noch seinen Einkaufsgesellschaften gesetzliche Hemmschuhe angelegt werden. —

Erster Hauptteil.

Die Entwicklung der kleinhändlerischen Kaufkraftzusammenschlüsse.

II. Kapitel.

Die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz.

Mit Anhang: **Einiges über die kleinhändlerische Zusammenschlußbewegung im Ausland.**

Vorbemerkung: Aus verschiedenen Gründen wird den Einkaufsgesellschaften der Spezereiwarenhändler innerhalb dieses Kapitels ein besonderer Paragraph reserviert. Die gemeinsamen Beweggründe des Zusammenschlusses, die mächtige Groß-Konkurrenz, der durchgehend hohe Organisationsgrad und anderweitige Momente verleihen ihnen eine einheitliche Note.

§ 4. Die Einkaufsgesellschaften der Spezereiwarenhändler.

In der Schweiz bestehen folgende kleinhändlerische Einkaufsgesellschaften der Nahrungs- und Genußmittelbranche:

1. UNION Schweiz. Einkaufsgesellschaft, Olten. (U. S. E. G. O.)
2. Kolonial-Einkaufsgenossenschaft, Burgdorf. (K. E. G.)

3. LIGA Einkaufs- und Rabattvereinigung, Basel.
4. Spezereihändler-Einkaufsgenossenschaft, Zürich.
5. Schweiz. Handelsgesellschaft, Oerlikon. (S. H. G.)
6. UTO Einkaufsvereinigung der Kolonialwarenhändler des Kantons Zürich (UTO E. V. K. Z.)
7. Société de l'Epicerie au Détail de Genève.
8. Union des Epiciers Détaillants du Canton de Genève.
9. Diverse kleine Einkaufsvereinigungen.

1. Die UNION Schweiz. Einkaufsgesellschaft Olten.[1])

Wenn diese Gesellschaft hier etwas eingehender behandelt wird als die übrigen Einkaufsverbände, so geschieht dies aus folgenden Gründen. Einmal ist die UNION eine der größten und bestausgebauten kleinhändlerischen Organisationen des In- und Auslandes. Sie kann gewissermaßen als Typus der Einrichtung „kleinhändlerische Einkaufsgesellschaft" hingestellt werden. Außerdem war der Verfasser selbst längere Zeit in diesem Betrieb praktisch tätig und konnte eine genaue Einsicht in das gesamte Archiv nehmen, sowie eine ungehinderte Beobachtung aller Funktionen der Gesellschaft und ihrer wirtschaftlichen Umgebung durchführen. Weiterhin kann gesagt werden, daß die Geschichte der UNION in vielen Teilen auch für die übrigen Einkaufsgesellschaften der Spezereiwarenhändler Geltung hat. Die Abrisse über die Entwicklung jener Organisationen können deshalb wesentlich kürzer abgefaßt werden.

Die UNION Schweiz. Einkaufsgesellschaft mit Sitz in Olten wurde gegründet am 8. April 1907 zu Luzern durch den noch heute an der Spitze der Gesellschaft stehenden Leiter Gotthold Brandenberger. Nicht ohne Schwierigkeiten brachte er das vom schweiz. Obligationenrecht zur Konstitution einer Genossenschaft verlangte Minimum von 7 Genossenschaftern zusammen. Die Basis, auf welcher sich diese Miniaturgenossen-

[1]) Quellen: Jahresberichte, Statuten, Korrespondenzblatt und Warenbericht der UNION, Oltner Tagblatt vom 22. [Sept. 1923, Dokumente aller Art aus dem Archiv der Gesellschaft, mündliche Auskünfte, eigene Beobachtungen.

schaft aufbaute, war die denkbar primitivste. Die Geschäfte wurden im Nebenamt und beinahe ohne Unkosten besorgt. Schon im ersten Jahr betrug der Wert der gemeinsam eingekauften Waren Fr. 100 000. Unter ständiger Mitgliedervermehrung und Umsatzerhöhung von 50—100% jährlich konnte sich die UNION bis zum Jahre 1914 ziemlich reibungslos entwickeln. Anteilscheinkapital war keines vorhanden. Die Betriebsmittel lieferte das sog. Barhinterlagenkonto, in welches jedes Mitglied durchschnittlich Fr. 100.— einzahlte. Auf eigene Rechnung wurden nur wenige Waren eingekauft, weil man keine eigenen Lagerräume besaß und das Betriebskapital zu klein war. Die Genossenschafter bezogen den Großteil ihrer Waren wie bis anhin bei privaten Grossisten und inländischen Fabrikanten, mit welchen die Verwaltung Lieferungsverträge abgeschlossen hatte zwecks Erreichung von Preisminderungen.

Trotz der großen Stürme, die der Weltkrieg der Organisation brachte, trat während seiner Dauer ein ungeahnter Aufschwung ein. Das Jahr 1914 wurde mit guten wirtschaftlichen Aussichten begonnen. Die aufsteigende Konjunktur und die zunehmende Treue der Mitglieder vermochten schon im ersten Halbjahr den Umsatz auf beinahe 2 Millionen Fr. hinaufzuschrauben. Die Mitgliederzahl war auf 900 gestiegen. Das eigene Importgeschäft nahm an Bedeutung zu. Mit Kriegsausbruch wurden auf einmal bisher nie erlebte Anforderungen an die Zentrale gestellt. Alle verfügbaren Mittel und Kräfte mußten zur Befriedigung der von allen Seiten hereinstürmenden Wünsche herangezogen werden. Dazu kam der Beschluß des Verbandes schweiz. Grossisten der Kolonialwarenbranche, der seinen Mitgliedern unter Androhung einer Konventionalstrafe von Fr. 5000 verbot, weiterhin die Einkaufsvereinigungen der Kleinhändler, insbesondere die UNION Olten, zu beliefern. Der genannte Verband versuchte auch die übrigen Lieferanten zum Abbruch der Beziehungen mit der Oltner Gesellschaft zu veranlassen. Die große Kaufkraft und der reibungslose Zahlungsverkehr ließen aber alle Angriffe abprallen. Eine Ausnahme macht nur die unter staatlicher Kontrolle stehende

Zuckerfabrik Aarberg, von welcher der Grossistenverband die Zusicherung erlangte, daß kein Zucker an die Einkaufsgesellschaften der Spezereiwarenhändler abgegeben werde.

Diese Versuche, welche den Zweck hatten, den Einkaufszusammenschlüssen die Existenz unmöglich zu machen, zeitigten zum Teil eine der gewollten entgegengesetzte Wirkung. Die kleinen Händler isolierten sich selbst immer mehr von den Engroshäusern, indem den Einkaufszentralen der Auftrag erteilt wurde, alles zu tun, was den Kleinhändlerstand der wirtschaftlichen Unabhängigkeit vom privaten Grossisten näher bringe.

In gleicher Weise wie der oben erwähnte Verband nützte auch das Syndikat der schweiz. Chocoladefabrikanten die etwas unsichere Periode am Anfang des Krieges aus und erklärte der in Frage stehenden Einkaufsgesellschaft, daß die mit ihr abgeschlossenen Verträge als aufgelöst zu betrachten seien. Der Gegendruck blieb nicht aus. Schon nach kurzer Zeit erschien die eigene Schokoladenmarke UNION in mehreren Sorten und Größen auf dem Markte.

Zu Beginn des Jahres 1915 bahnte der Verband schweiz. Spezereihändler Verhandlungen an, die eine Vereinigung der Stoßkraft der UNION mit der seinigen herbeiführen sollten. Am 20. Mai 1915 kam die Einigung zustande. Die U. S. E. G. O. trat als Sektion in den genannten Verband ein. Dagegen wurde die unter dem Patronat des Spezereihändlerverbandes stehende Einkaufsorganisation ZENTRALE liquidiert und ihre Mitglieder der Oltner Vereinigung zugeführt. Resultat: Stärkung der letztgenannten Genossenschaft durch den Zustrom von ca. 250 neuen Mitgliedern, auf der andern Seite Gewinnung von 1000 Detaillisten für die allgemein-standespolitische Betätigung.

Dieser innige Konnex erwies sich bald als sehr nützlich im Kampfe gegen die Bestrebungen des schweiz. Städteverbandes, des Grossistenverbandes und der Konsumverbände, welche die zum Großimporteur gewordene Eidgenossenschaft bei der Monopolwarenverteilung gänzlich für sich in Anspruch nehmen

wollten. Trotz aller Gegenströmungen gelang es der UNION, sich unter die wenigen Organisationen einzureihen, die der Bund in der Folge mit der Verwaltung der von ihm abgegebenen Warenkontingente betraute. Dagegen wurde die S. S. S. (Société de Surveillance Suisse) unsern Einkaufsgenossenschaften immer mehr zum Verhängnis. Diese von Frankreich, England und Italien der Schweiz aufgezwungene Kontrollgesellschaft hatte bekanntlich darüber zu wachen, daß die aus obigen Ländern eingeführten Waren nur in der Schweiz Verwendung fanden. Wer bei ihr als Bezugsberechtigter auftreten wollte, mußte den Nachweis leisten, daß er schon in den Jahren 1910—13 die betr. Waren en gros importiert hatte. Dies traf für die UNION nur in sehr geringem Maße zu. Alle Versuche auf Einräumung einer Ausnahmestellung nützten nichts. So rächte es sich, daß die schweiz. Kleinhändler einige Jahre zu spät zur Selbsthilfe übergegangen waren. Wohl beteiligte sich die U. S. E. G. O. an einem Untersyndikat der S. S. S., der „SISBA" (Sté. d'Importation Suisse de la branche alimentaire). Aber gegenüber dem Bedarf erschienen die verabfolgten Warenmengen wie Brosamen. Dennoch nahm die Mitgliederzahl ständig zu. Viele Detaillisten, die als Wehrmänner an der Grenze stehen mußten, versuchten ihre zu Hause gebliebenen Angehörigen durch den Eintritt in die UNION vor unreellen Geschäftsleuten zu schützen.

Das Jahr 1916 unterschied sich, von der stets wachsenden Teuerung und Warenknappheit abgesehen, nicht stark vom Vorjahr. Bemerkenswert ist die Zuweisung eines Sitzes in der dreigliedrigen eidg. Warenschätzungskommission, deren Entscheide denjenigen des Bundesgerichts gleichgestellt wurden. Im August 1916 beschloß der Bundesrat, daß in der Folge nur noch mit Monopolartikeln bedient werde, wer solche schon vor dem Kriege wagenladungsweise bezogen habe. Damit sah sich die UNION von neuem vor hohe Schranken gestellt. Als wichtige interne Begebenheit ist noch der in diesem Jahre erfolgte Ankauf eines Lagerhauses in Olten zu erwähnen.

Weitere einengende Verordnungen brachte das Jahr 1917. Die Verteilung der Monopolwaren wurde den Kantonen über-

tragen. Die solothurnische Regierung bestimmte die UNION als Vermittlerin für sechs Bezirke auf Grund des Art. 3 des Bundesratsbeschlusses vom 2. Februar 1917 betr. Abgabe von Monopolwaren durch Vermittlung der Kantone, worin den Kantonsregierungen ausdrücklich der Rat erteilt wurde, womöglich die Organisationen der Kleinhändler mit der Verteilung obiger Waren zu betrauen.

Das letzte Kriegsjahr brachte neben einem Sitz in der eidg. Ernährungskommission auch eine mehr oder weniger erzwungene Beteiligung der UNION bei der in der Folge „berühmt" gewordenen Schweiz. Seetransportunion. Zur Hebung der Kreditwürdigkeit und zur Anpassung des Betriebskapitals an die neuen Preisverhältnisse beschloß die 1918er Generalversammlung die Umwandlung der bisherigen Barhinterlagen in ein Anteilschein- und Obligationenkapital unter gleichzeitiger Erhöhung des Geschäftsanteils. Man arbeitete nunmehr mit folgenden Mitteln:

Anteilscheinkapital	Fr. 450 000,
Obligationenkapital	Fr. 107 250.

Die noch immer anhaltende Preissteigerung machte schon 1919 eine erneute Erhöhung der Betriebsmittel notwendig. Die Bilanz dieses Jahres zeigt folgende Posten:

Anteilscheinkapital	Fr. 850 000,
Obligationenkapital	Fr. 300 000.

Das Jahr 1920 läßt den Umsatz auf 55½ Millionen Franken hinaufschnellen. Schon ist das vor drei Jahren bezogene Lagerhaus an der Grenze seiner Leistungsfähigkeit angelangt. Die Verwaltung entschließt sich für einen Neubau. Nach Besichtigung der neuesten Lagerhausbauten Deutschlands wird der Plan für ein den gegebenen Verhältnissen angepaßtes Geschäfts- und Lagerhaus geschaffen. Die Krisenjahre 1921 und 1922 vermögen der UNION dank vorsichtiger Geschäftsführung nichts anzuhaben. 1923 findet der Einzug in das mit einem Kostenaufwand von über 1 Million Franken erstellte Lagerhaus statt. Es wird von Fachleuten als eines der modernsten der bestehenden Lagerhäuser begutachtet. Auch sein

Standort am Eisenbahnknotenpunkt Olten ist günstig. 1924 eröffnete die Oltner Gesellschaft, zwecks rascherer Bedienung der Mitglieder der Westschweiz, in Lausanne ein Filialkontor. In gleicher Weise hat vor kurzem auch die Ostschweiz eine Filiale in Wil (St. G.) erhalten.

Nachdem die UNION zu einem bedeutenden Faktor im schweiz. Wirtschaftsleben geworden war, änderte sich auch das Verhältnis zu den Lieferanten. Heute ist im allgemeinen die Produzentenschaft diejenige Partei, welche die geschäftliche Verbindung nachsucht, nicht mehr die Einkaufsgesellschaft. Im übrigen ist man stets daran, die U. S. E. G. O. weiter auszubauen.

Die Entwicklung der UNION Olten wird illustriert durch folgende Zahlen:

Jahr:	*Umsatz in Fr.:*	*Mitgliederzahl:*
1907	100 000	7 (Anfangsbestand)
1908	170 000	60
1909	200 000	80
1910	358 000	150
1911	484 000	220
1912	1 250 000	350
1913	2 377 000	480
1914	4 552 000	955
1915	6 566 000	1422
1916	12 408 000	1638
1917	18 248 000	1725
1918	21 017 000	1817
1919	33 851 000	2459
1920	55 471 000	2626
1921	44 420 000	2650
1922	40 360 000	2666
1923	47 800 000	2747
1924	53 200 000	2900
1925	53 339 000	3000

Selbstverständlich sind die Verkehrsziffern (Wert der vermittelten Waren) der Kriegs- und Nachkriegsjahre durch die hohen Preise etwas überhöht. Der Abstieg zu den 44 und 40 Millionen der Jahre 1921/22 wurde durch das Sinken des Lebensmittelindex' von 240 auf 160 bewirkt. In einem Zeitungsartikel: „Die Jahresumsätze der UNION im Lichte der Indexziffern"[2]) habe ich nachgewiesen, daß mit Ausnahme des Jahres 1918 — der Zeit der allgemeinen Rationierung und der stark gesunkenen Reallöhne — der Umsatz in Wirklichkeit stets (also auch 1921 und 1922) gestiegen ist. Diese Feststellung wird bestätigt durch die Mengen der vermittelten Waren in der gleichen Periode. Die geringe Zunahme der Verkehrsziffer pro 1925 dürfte hauptsächlich auf die 30—35%ige Preisbaisse auf dem Zuckermarkte zurückzuführen sein.

Bemerkenswert ist ferner, daß die 3000 vergenossenschafteten Geschäfte sich ziemlich gleichmäßig über das ganze Gebiet der Schweiz verteilen. Die UNION besitzt Mitglieder sowohl in Genf als auch am Bodensee, in Basel wie in den hintersten Tälern der Kantone Graubünden und Tessin. In jüngster Zeit fangen auch die im GROSSKAUF Bregenz zusammengeschlossenen Vorarlberger Spezereiwarenhändler an, sich bei der Oltner Zentrale einzudecken. Mit welchen Mitteln die U. S. E. G. O. heute arbeitet, geht aus der nachfolgenden Bilanzdarstellung hervor. Es sei noch erwähnt, daß die Betriebsmittel bis anhin stets 6—10 mal pro Jahr umgeschlagen wurden, was auf eine rationelle Geschäftsführung schließen läßt.

[2]) Vgl. Schweiz. Spezereihändlerzeitung 12. Jahrg. No. 48.

Bilanz der U. S. E. G. O. per

nach Verteilung des Überschusses und nach

Aktiven.	1924 Fr.	Rp.	1925 Fr.	Rp.
1. Immobilien	775 000	—	775 000	—
2. Installationen, Maschinen und Mobilien	100 000	—	50 000	—
3. Waren	1 926 890	40	2 152 364	95
4. Debitoren	4 074 840	18	4 178 314	63
5. Wertschriften	625 526	—	591 624	—
6. Wechsel	12 728	50	4 921	20
7. Banken	604 339	25	671 050	25
8. Banken (fremde Währungen)	492 285	82	2 438	62
9. Postscheck	94 864	64	29 113	47
10. Kassa	8 189	15	9 451	31
11. Amortisation d. Prämien-Obligationen Quote . .	64 200	—	96 300	—
12. Empfangene Sicherheiten Fr. 662 487.—				
13. Kautionen . „ 5 000.—				
1924 Fr. 667 487.—				
Fr. 744 497.—				
„ 5 000.—				
1925 Fr. 749 497.—				
	8 778 863	94	8 560 578	43

2. Die Kolonial-Einkaufsgenossenschaft Burgdorf (K.E.G.B.).[3])

Diese Gesellschaft besteht seit dem 10. Dezember 1911 als Genossenschaft selbständiger Spezereihändler des Kantons

[3]) Quellen: Statuten, Jahresberichte, Jahresrechnungen, Lieferanten- und Konditionenliste, Mitgliederverzeichnis, Zirkulare, Warenberichte, Fragebogen.

31. Dezember 1924 und 1925

Verbuchung der Zinsen auf das Anteilscheinkapital.

Passiven	1924 Fr.	Rp.	1925 Fr.	Rp.
1. Anteilschein-Kapital . .	2 480 000	—	2 600 000	—
2. Reserven	239 732	19	329 281	29
3. Vortrag auf neue Rechnung	57 384	90	42 208	66
4. Prämien-Obligationen . .	1 000 000	—	1 000 000	—
5. Obligationen	660 000	—	700 000	—
6. Kreditoren	4 276 247	65	3 829 973	78
7. Fällige Obligationen-Coupons	20 499	20	14 114	70
8. Rückzahlung d. Prämien-Obligationen Quote . .	45 000	—	45 000	—
9. Hinterlegte Sicherheiten Fr. 662 487.—				
10. Kautionen . „ 5 000.—				
1924 Fr. 667 487.—				
Fr. 744 497.—				
„ 5 000.—				
1925 Fr. 749 497.—				
	8 778 863	94	8 560 578	43

Bern. Auch sie hat laut Art. 2 ihrer Statuten den Zweck, „durch gemeinsame Warenbeschaffung und direkten Bezug aus ersten Quellen" die Konkurrenzfähigkeit ihrer Mitglieder zu heben. Im Vergleich zur UNION Olten mit ihrem Anfangsbestand von 7 Mitgliedern scheint es, daß die Burgdorfer Vereinigung sich mit der Zahl von 106 Genossenschaftern im

Gründungsjahr gleich eine feste Basis zur Weiterentwicklung schaffen wollte. Auch der Umsatz des ersten Geschäftsjahres im Betrage von Fr. 275 000 war vielversprechend. Die etwas lokale Einstellung, der Standort und die schon erfolgte Expansion der U. S. E. G. O. ließen jedoch einen Aufschwung, wie ihn die letztgenannte Gesellschaft erlebt hat, nicht zu. Ähnlich wie jener brachte die Kriegszeit auch der Kolonial-E. G. Burgdorf starke Betriebseinschränkungen.

Ihre Mitglieder rekrutieren sich hauptsächlich aus dem bernischen Mittel- und Oberland. Die K. E. G. besitzt ebenfalls ein guteingerichtetes Lagerhaus. Ihre innere Organisation gleicht derjenigen der UNION Olten.

Umsatzstatistik:			*Mitgliederstatistik:*		
1912	Fr.	275 000	Bei Gründung	106	Mitglieder
1913	„	500 000	1914	156	„
1914	„	600 000	1920	291	„
1915	„	800 000	1923	341	„
1916	„	1 600 000	1924	354	„
1917	„	2 000 000	1925	378	„
1918	„	2 200 000			
1919	„	2 700 000			
1920	„	4 000 000			
1921	„	4 300 000			
1922	„	4 200 000			
1923	„	5 000 000			
1924	„	5 460 000			
1925	„	5 165 000			

Auf Wunsch der Gesellschaft soll die Bilanz nicht wiedergegeben werden. Die K. E. G. B. arbeitet mit folgenden Mitteln:

Anteilscheinkapital	Fr. 266 000
Obligationenkapital	Fr. 115 000
Offene Reserven	Fr. 26 000

3. Die LIGA Einkaufs- und Rabattvereinigung, Basel.[4])

Es ist wohl nicht verwunderlich, wenn sich der private Einzelhandel der Metropole des schweiz. Konsumgenossenschaftswesens schon verhältnismäßig früh zum gemeinschaftlichen Einkauf zusammenschloß. Die Gründung der LIGA erfolgte wie diejenige der UNION Olten im Jahre 1907. Der Grundstock bestand auch hier aus bloß 7 Mitgliedern, welche in der Folge als Einkaufsgenossenschaft und Rabattverein auftraten. Trotzdem das Arbeitsgebiet vorerst lokal beschränkt war, nahm die Mitgliederzahl rasch zu. 1914 waren der Einkaufsabteilung 266 Spezereihändler und Bäcker angeschlossen. Die Kriegsverhältnisse, welche eine Rabattabgabe auf Brot verunmöglichten und auch die Monopolisierung des Mehlhandels mit sich brachten, veranlaßten eine ansehnliche Zahl von Bäckern zum Austritt, so daß die in Rede stehende Genossenschaft 1920 nur noch 190 Mitglieder zählte. Auch die LIGA verfügt über ein eigenes Lagerhaus.

Umsatzstatistik:			*Mitgliederstatistik:*		
1907	Fr.	ganz minim	1907	7	Mitglieder
1914	„	811 000	1914	266	„
1915	„	1 057 000	1920	190	„
1916	„	1 670 000	1923	225	„
1917	„	2 265 000	1924	257	„
1918	„	2 727 000	1925	291	„
1919	„	2 796 000			
1920	„	3 495 000			
1921	„	3 603 000			
1922	„	3 110 000			
1923	„	3 864 000			
1924	„	4 785 000			
1925	„	5 105 000			

Anteilscheinkapital	Fr. 168 000
Obligationenkapital	Fr. 176 000
Reserven	7 500

[4]) Quellen: wie bei der K. E. G. Burgdorf.

4. Die Spezereihändler-Einkaufsgenossenschaft Zürich.[5])

Trotz der schon 1885 erfolgten Gründung vermochte sich diese Einkaufsgesellschaft nicht über Zürich und seine nähere Umgebung hinaus zu entwickeln. Es scheint, daß sich die Verwaltung auch nie besonders um die räumliche Expansion bemühte. Trotz ihres kleinen Umfanges verfügt die Spezereihändler-Einkaufsgenossenschaft Zürich über eigene Lagerräume. Von der regen Geschäftstätigkeit zeugt die Notwendigkeit des Besitzes von zwei Autocamions.

Umsatzstatistik:			*Mitgliederstatistik:*		
Im Gründungsjahr:	Fr.	?	Im Gründungsjahr	?	Mitglied.
1909	Fr.	390 000	1909	57	„
1914	„	654 000	1914	67	„
1915	„	746 000	1920	84	„
1916	„	1 025 000	1923	144	„
1917	„	1 381 000	1924	160	„
1918	„	1 788 000	1925	168	„
1919	„	1 860 000			
1920	„	2 060 000			
1921	„	1 957 000			
1922	„	1 766 000			
1923	„	1 975 000			
1924	„	2 233 000			
1925	„	2 265 000			

Anteilscheinkapital	Fr. 134 000
Obligationenkapital	Fr. — —
Reserven	Fr. 53 000

Bemerkenswert sind die verhältnismäßig großen Reserven.

5. Die Schweiz. Handelsgesellschaft, Oerlikon (S.H.G.).[6])

Die S. H. G. mit Sitz in Oerlikon ist m. W. die älteste Spezereihändler-Einkaufsgesellschaft nicht nur der Schweiz,

[5]) Angaben aus der Zeit der Gründung waren nicht erhältlich.
[6]) Quellenmaterial: wie bei den bisher behandelten Gesellschaften.

sondern auch des Auslandes. Sie wurde im Jahre 1883 gegründet als Einkaufsgesellschaft selbständiger Kaufleute der Kolonialwarenbranche. 1885 erfolgte die Angliederung einer Manufakturwarenabteilung. 1902 löste sich letztere wieder los und konstituierte sich als selbständige Genossenschaft unter dem Namen „Gesellschaft schweiz. Manufakturisten, Oerlikon“[7]). Die Schweiz. Handelsgesellschaft steht auf gesunden finanziellen Füßen und besitzt ein guteingerichtetes Lagerhaus. Die Mitglieder rekrutieren sich aus der gesamten deutschen Schweiz. Die S. H. G. beliefert auch Nichtmitglieder. Die Lieferungen dieser Art übersteigen sogar die Warenbezüge der Genossenschafter. Angesichts dieser Tatsache und des eigenartigen Kapitalisierungssystems für die Rückvergütungen[8]) kann wohl nicht verhehlt werden, daß die S. H. G. neben ihrer Eigenschaft als Einkaufsgesellschaft gewisse Merkmale einer Erwerbsgesellschaft an sich trägt. Trotzdem tritt sie aber rege für die Interessen der Kleinhändler ein.

Umsatzstatistik:			*Mitgliederstatistik:*		
Im Gründungsjahr	Fr.	?	1883	?	Mitglieder
1914	Fr.	900 000	1914	70	„
1920	„	1 300 000	1920	70	„
1921	„	1 300 000	1923	70	„
1922	„	1 500 000	1924	74	„
1923	„	1 800 000	1925	101	„
1924	„	1 918 000			
1925	„	1 930 000			

Anteilscheinkapital	Fr. 165 000
Obligationenkapital	Fr. 52 000
Reserven	Fr. 15 000

6. Die UTO Einkaufsvereinigung der Kolonialwarenhändler des Kantons Zürich (UTO E.V.K.Z.).

Diese Genossenschaft konstituierte sich im Jahre 1909 und hat ihren Sitz in Zürich. Bemerkenswert ist, daß sie selbst

[7]) Vgl. auch § 5 Ziffer 1.
[8]) Vgl. § 10, Ziffer Ia.

keine Waren auf eigene Rechnung einkauft oder auf Eigenlager nimmt. Damit fällt auch die Notwendigkeit des Besitzes eines Lagerhauses dahin. Man sucht die Kaufkraft der Mitglieder lediglich auf eine Anzahl sog. Vertragslieferanten zu konzentrieren; die von denselben monatlich ausbezahlten Umsatzprämien bilden die Betriebsmittel. Daneben müssen die Mitglieder allerdings eine Garantiesumme von Fr. 500 hinterlegen und noch einen Jahresbeitrag von Fr. 5.— bezahlen.

Dieses System hat den Vorteil des geringen Kapitalbedarfs und der kleinen Verlustgefahr. Allerdings vermag der bloße Vertragsverkehr nie die Preisminderungen hervorzubringen, wie sie entstehen, wenn die Einkaufszentrale als Selbstkäuferin auftritt. (Der Vertragsverkehr ist ausführlich behandelt in § 14 hiernach.) Nichtsdestoweniger steigt die Entwicklungskurve der UTO E.V. K. Z. rüstig aufwärts:

Umsatzstatistik:		*Mitgliederstatistik:*	
1909 (Gr.-Jahr)	Fr. 60 000	1909	40 Mitglieder
1914	„ 200 000	1914	125 „
1920	„ 910 000	1920	86 „
1921	„ 800 000	1923	115 „
1922	„ 850 000	1924	118 „
1923	„ 1 260 000	1925	130 „
1924	„ 1 536 000		
1925	„ 1 771 000		

Garantiefonds: Fr. 55 000; Reserven: Fr. 10 000.

7. Die Société de l'Epicerie au Détail de Genève.

Diese Genossenschaft wurde im Jahre 1893 gegründet. Sie setzt sich aus Klein- und Mittelbetrieben des Kolonialwarendetailhandels zusammen. Schon der Firmaname verrät die lokale Einstellung dieser Vereinigung, welcher Umstand naturgemäß von hemmendem Einfluß auf das Wachstum war.

Die Société de l'Epicerie besitzt keine Lagerräumlichkeiten. Die Technik der Warenvermittlung ist noch etwas primitiv. Alljährlich wird ein ca. 100seitiger Almanach herausgegeben. Dieses Jahrbuch wird von den Genossenschaftern

gratis an die Kundschaft verabfolgt. Bis 1924 war die Geschäftsführung ehrenamtlicher Natur. Damit steht auch der Mangel einer Umsatzstatistik in Zusammenhang. Erst im Jahre 1924 wurde ein hauptamtliches Sekretariat eingerichtet.

Mitgliederstatistik:

1893	10	Mitglieder	Anteilscheinkapital Fr. 27 000
1914	30	„	Obligationenkapital „ — —
1920	32	„	Reserven „ — —
1924	35	„	
1925	38	„	

8. Die Union des Epiciers Détaillants du Canton de Genève.

Die Union Genevoise wurde im Jahre 1912 gegründet. Der weitaus größte Teil ihrer Mitglieder gehört zugleich auch der UNION Olten an. Es mag dies ein Hauptgrund für den mangelnden inneren Ausbau dieser Gesellschaft sein. Die prompte Belieferung von Olten aus ließ bei den Genossenschaftern das Bedürfnis nach einer bessern Organisation des eigenen Warenvermittlungsinstituts nicht aufkommen. Die Geschäftsführung ist eine ehrenamtliche. Eine Umsatzstatistik wird nicht geführt.

Mitgliederstatistik:

1912	20	Genossenschafter	Anteilscheinkapital Fr. 4000
1914	30	„	Obligationenkapital „ ——
1920	40	„	Reserven „ ——
1923	40	„	
1924	40	„	
1925	40	„	

9. Diverse kleine Einkaufsvereinigungen.

Außer den unter den Ziffern 1—8 erwähnten Zusammenschlüssen befassen sich in der Schweiz noch folgende Spezereiwarenhändlerverbände mit dem gemeinschaftlichen Einkauf von Handelswaren:

Spezereihändlerverband der Stadt St. Gallen,
Vereinigung von Mitgliedern der UNION Olten in Lausanne.

Der Einkaufsbetrieb obiger Vereine ist jedoch kein kontinuierlicher und umfaßt nur einige wenige Artikel. Weil die Mehrzahl ihrer Mitglieder der UNION Olten zugehört, besteht auch hier kein Bedürfnis zum weiteren Ausbau dieses der allgemein-standespolitischen Tätigkeit angegliederten Geschäftszweiges. Der Einkauf geht zumeist mittelst gemeinschaftlicher Aufträge vor sich. —

Zusammenfassung: Die vorstehenden Ausführungen lassen erkennen, daß in den aufgezählten Einkaufsvereinigungen über 4000 Klein- und Mittelbetriebe der Nahrungsmittelbranche zusammengeschlossen sind. Die Spezereiwarenhändler-Zentralen kaufen jährlich Waren ein im Gesamtwert von 70—80 Millionen Franken. Es ist nicht ratsam, von dieser Zahl aus auf den Gesamtumsatz dieser 4000 Händler zu schließen. Einige Gesellschaften können ihren Mitgliedern infolge ihres ungenügenden Ausbaues nur einen Drittel oder die Hälfte des wirklichen Warenbedarfes vermitteln. Stellenweise läßt auch die Mitgliedertreue zu wünschen übrig. Mangels exakter Unterlagen wird von einer Schätzung des Totalwarenumschlages der organisierten Händler der Nahrungsmittelbranche abgesehen.

Von der Ansicht ausgehend, daß durch Zusammenfassung aller Spezereiwarenhändler-Einkaufsgenossenschaften der Schweiz die Wirkungen derselben noch vergrößert werden könnten, hat der Schweiz. Spezereihändlerverband Verhandlungen angebahnt, die zum Ziele die Bildung einer schweiz. Einheitsfront auf dem Gebiete des kleinhändlerischen Kaufkraftzusammenschlusses haben. Diese Aktion ist jedoch noch nicht abgeschlossen, weshalb hier keine greifbaren Resultate niedergelegt werden können. —

§ 5. Die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der übrigen Branchen.[1])

Neben den Vereinigungen der Spezereiwarenhändler bestehen in der Schweiz noch folgende kleinhändlerische Einkaufszusammenschlüsse:

1. Die Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten, Oerlikon.
2. Die MERCERIE Schweiz. Engros-Einkaufsgenossenschaft, Oerlikon.
3. Kleine Einkaufsgruppen der Textildetaillisten.
4. Das Schweiz. Vereinssortiment, Olten.
5. Die Velohändler-Genossenschaft des Kantons Bern, Bern.
6. Der Verband Schweiz.Velo-, Motor- und Nähmaschinen-Händler, Olten.
7. Die Einkaufsgenossenschaft des Verbandes schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte, Basel.
8. Die Elektro-Einkaufs-Vereinigung, Bern.
9. Verschiedene Konventionen zwischen Produzenten- und Händler-Interessenverbänden.

1. Die Gesellschaft schweiz. Manufakturisten, Oerlikon (G.S.M.).

Wie schon an anderer Stelle[2]) bemerkt, ging diese Vereinigung aus der 1885 der Schweiz. Handelsgesellschaft in Oerlikon angegliederten und 1902 wieder losgetrennten Manufakturwarenabteilung hervor. Durch die am 8. Januar 1902 erfolgte Gründung einer selbständigen, straff organisierten Genossenschaft wollten die 65 Gründungsmitglieder eine Einrichtung schaffen, welche ihren Anforderungen besser genügen konnte als die gemischte Stammgesellschaft. Dieses Vorgehen blieb nicht ohne Erfolg. Der Manufakturistenzusammenschluß wies von Anfang an weit höhere Verkehrsziffern auf als die S. H. G. Die im Verhältnis zur Mitgliederzahl

[1]) Benütztes Material: Jahresberichte, Statuten, Fragebogen, mündliche Auskünfte, Eindrücke von Besichtigungen.

[2]) Vgl. § 4 Ziffer 5.

von 75 Genossenschaftern sehr hohe Kapitalkraft dieser Vereinigung wird durch folgende Zahlen dokumentiert:

Anteilscheinkapital	Fr. 2 111 000
Obligationenkapital	Fr. 1 465 000
Reservefonds	Fr. 230 000

Aus dem Beteiligungsdurchschnitt von ungefähr Fr. 50 000 pro Genossenschafter geht hervor, daß wir es hier nicht mit „kleinen" Händlern zu tun haben, sondern mit mittleren bis großen Qualitätsgeschäften der Textilbranche, welche den Warenhäusern als nicht zu unterschätzende Konkurrenten gegenübertreten. Die finanziellen Mittel der Manufakturistengesellschaft erlauben ihr den Unterhalt einer ausgedehnten Eigenproduktion in Damen- und Herrenkleiderstoffen, Konfektion und Wolldecken. Diesen Betrieben ist außerdem noch eine Maßschneiderei angegliedert. Zu erwähnen ist auch die starke finanzielle Beteiligung an einem privaten Fabrikationsgeschäft. Die Mitglieder, deren Aufnahme nach ganz eigenartigen Prinzipien[3]) erfolgt, rekrutieren sich zur Hauptsache aus den Kantonen Zürich, St. Gallen, Aargau, Bern und Luzern, weniger aus der welschen Schweiz.

Umsatzstatistik:		*Mitgliederstatistik:*	
1902 (Gr.-Jahr)	Fr. 1 229 000	1902 65	Mitglieder
1914	„ 1 835 000	1914 83	„
1920	„ 11 219 000	1920 95	„
1921	„ 5 943 000	1923 76	„
1922	„ 5 670 000	1924 75	„
1923	„ 6 663 000	1925 75	„
1924	„ 6 628 000		
1925	„ 5 000 000		

Der Rückgang des Umsatzes seit 1924 hat seine Ursachen in einer 15—20prozentigen Baisse der Textilgroßhandelspreise und in den Modewandlungen (kurze Röcke der Damen usw.).

---

[3]) Vgl. § 9 Ziffer I Abschnitt b.

2. Die MERCERIE Schweiz. Engros-Einkaufsgenossenschaft, Oerlikon.

Kurz nach der Gründung der Gesellschaft schweiz. Manufakturisten setzte sich 1904 in Oerlikon noch eine weitere Textilwaren-Einkaufsgesellschaft fest, die MERCERIE Schweiz. Engros-Einkaufsgenossenschaft. Die zwei Oerlikoner Textileinkaufszusammenschlüsse sind einander mit Ausnahme des Einkaufsobjekts im Aufbau sehr ähnlich. Während sich die G. S. M. hauptsächlich mit dem Großeinkauf von Tüchern aller Art abgibt, befaßt sich die MERCERIE mit der Vermittlung von Mercerie-, Bonneterie- und ähnlichen Handelswaren. Auch diese Gesellschaft stellt Strickartikel und Wäsche in einem eigenen Fabrikationsbetrieb her. Die Mitglieder der MERCERIE verteilen sich auf die Ost- und Zentralschweiz. Leider waren nur drei Umsatzziffern erhältlich. Der Wert der vermittelten Waren betrug im Jahre 1923 Fr. 2 100 000; 1924 Fr. 2 400 000; 1925 Fr. 2 500 000.

Mitgliederstatistik:

1904	(Gr.-Jahr)			
	40	Genossenschafter	Anteilscheinkapital	Fr. 600 000
1914	90	„	Obligationenkapital	„ 310 000
1920	120	„	Reserven	„ 60 000
1923	130	„		
1924	130	„		
1925	132	„		

3. Kleine Einkaufsgruppen der Textilwaren-Detaillisten.

Sowohl die Schweiz. Manufakturistengesellschaft wie auch die MERCERIE nehmen, auf eine bestimmte Bevölkerungszahl oder Gegend berechnet, nur je ein Mitglied auf. Diese Taktik rief der Gründung einer weiteren Textil-Einkaufsgesellschaft, welche aber schon vor mehreren Jahren infolge Konkurses aufgelöst werden mußte. Über die Gründe des Fiaskos konnten trotz Nachforschungen keine Auskünfte beigebracht werden.

Außer den obengenannten Einkaufsgenossenschaften

existieren in der Textilwarenbranche noch verschiedene kleinere Einkäufergruppen. Die in denselben zusammengeschlossenen Händler sind nur ganz lose durch freundschaftliche Bande verbunden und nehmen von Fall zu Fall zwecks gemeinschaftlicher Besichtigung von Musterkollektionen miteinander Fühlung. Der Einkauf erfolgt zumeist durch Auftragerteilung an ein Mitglied der Gruppe, das dann für sich und seine Berufsgenossen die erforderlichen Vorkehren trifft. Ein Gesellschaftskapital ist nicht vorhanden. Der Fakturabetrag wird nach Maßgabe der Bezüge zusammengelegt und gesamthaft dem Lieferanten eingesandt.

Die Einkaufstätigkeit dieser Gruppen hat bereits eine Beunruhigung im Tuch- und Konfektions-Großhandel hervorgerufen. Seine Gegenmaßnahmen blieben nicht aus. Letztere konnten jedoch wieder beseitigt werden durch das Einschreiten des Schweiz. Textildetaillistenverbandes in Aarau. Es ist anzunehmen, daß diese oder jene der obigen Gruppen mit der Zeit Genossenschaftsgestalt annimmt; denn vielen ihrer Mitglieder wird es infolge der strengen Mitgliedschaftsbedingungen nicht gelingen, in einer der bestehenden Textil-Einkaufsgenossenschaften Aufnahme zu finden. —

4. Das Schweiz. Vereinssortiment Olten (V.S.O.).

Der schweiz. Buchhandel wird bekanntlich zur Hauptsache durch ausländische Verlagsanstalten gespeist. Wer als leistungsfähiger Buchhändler gelten will, muß das vom Kunden gewünschte Werk entweder gleich zur Hand haben oder es ihm in wenigen Tagen verschaffen können. Das Halten eines großen Sortiments erfordert jedoch ansehnliche Kapitalanlagen. Die entstehenden Zinsverluste und Lagerspesen, wie auch die unvermeidliche Ansammlung von Ladenhütern drücken stark auf den Geschäftsertrag. Besitzt der Buchhändler nur einen kleinern Stock, so muß er den Großteil der verlangten Bücher einzeln beim Verlag bestellen. Befindet sich letzterer im Ausland, so entstehen erhebliche Bezugskosten. Bei festgesetztem Verkaufspreis kommt der kleine Buchhandel oft kaum auf seine Rechnung. Auch schreckt die

große Zeitspanne zwischen Bestellung und Lieferung manchen Kunden ab und veranlaßt ihn, seinen Auftrag einem Großsortiment in der Hauptstadt zu übergeben, von welchem er prompte Lieferung erhofft. Es ist deshalb verständlich, wenn besonders die kleinen Buchhändler nach einem Mittel suchten, das ihnen eine Gleichstellung mit den nach dem Aktiengesellschaftssystem organisierten Großbuchhandlungen bringen sollte.

Im Jahre 1882 schlossen sich einige Berner Buchhändler mit Berufsgenossen anderer Städte der deutschen Schweiz zu einer Genossenschaft unter der Firma „Schweiz. Vereinssortiment Olten" zusammen. Diese Gesellschaft kauft alle im Ausland erscheinenden Buchwerke, welche Aussicht auf Gangbarkeit in der Schweiz haben, in größeren Posten ein und nimmt sie auf Lager. Die Zentrale hält die Mitglieder hinsichtlich Lagerbestand, Neuerscheinungen und Preisänderungen stets auf dem laufenden mit Katalogen und Zirkularen. Ohne selbst eine große Kollektion zu unterhalten, ist daher jeder angeschlossene Händler in der Lage, in kürzester Frist das gewünschte Buch zu liefern. Da bei der Zentrale täglich Sammelsendungen der ausländischen Verleger eingehen, kann jede zufällig nicht vorhandene Schrift innerhalb weniger Tage und mit geringen Spesen beschafft werden.

Weitere Vorteile ergeben sich aus den reduzierten Einkaufspreisen. Sie und die ausgeglichenen Verkaufsbedingungen bedeuten für den Buchhändler eine namhafte Vergrößerung der Ertragsmarge. Im Verhältnis zu dem zur Verfügung stehenden Büchersortiment im Werte von nahezu einer halben Million Franken ist der erforderliche Kapitalzuschuß (obligatorische Anteilscheinübernahme je Fr. 500.— für einen jährlichen Warenbezug im Betrage von Fr. 6000.— oder Bruchteile davon) sehr klein. Zudem verteilen sich die Zinsverluste, welche natürlich auch im Zentrallager nicht zu vermeiden sind, auf eine große Zahl von Trägern. Bei dem nationalen Umfang des Absatzgebietes ist die Laden-, hier besser Lagerhütergefahr, viel kleiner als bei Sortimentsbuchhandlungen mit lokalem Geschäftskreis.

Trotzdem das Schweizerische Vereinssortiment eigentlich für die kapitalschwachen Kleinbuchhändler eingerichtet wurde, figurieren im Mitgliederverzeichnis auch Großbuchhandlungen, wie z. B. Francke A.-G. und Bircher A.-G. in Bern; Helbing & Lichtenhahn, Basel; Fehr'sche Buchhandlung, St. Gallen; Ebell, Zürich; Payot, Lausanne u.a.m. Den kleineren Buchhändlern entsteht dadurch nicht nur kein Schaden, im Gegenteil, der Kapitalzuschuß dieser Groß-Sortimente hat die Leistungfähigkeit der Zentrale bedeutend gehoben.

Von schweizerischen Verlagsanstalten kauft das V.S.O. keine Bücher ein, unterhält auch keinerlei Lieferungsverträge mit denselben zugunsten der Mitglieder. Laut Aussage der Direktion liegt dafür kein Bedürfnis vor. 16 deutsche Verlagsanstalten haben der in Frage stehenden Genossenschaft das alleinige Auslieferungsrecht ihrer Bücher für die Schweiz übertragen. Diese Schriftwerke müssen natürlich auch an Nichtmitglieder abgegeben werden. Es gelten für letztere allerdings nicht die gleichen Bezugsbedingungen wie für die Mitglieder.

Das Sortiment gibt alljährlich auf Weihnachten einen umfangreichen Bücherkatalog in einer Auflage von ca. 70 000 Stück heraus. Er wird den Genossenschaftern zwecks Versand an die Kundschaft zu einem billigen Preise verabfolgt.

Die Einkaufszentrale steht in einem engen Kontakt mit dem Schweiz. Buchhändlerverein und der Société des Libraires Editeurs de la Suisse Romande. Sie ist die einzige Institution ihrer Art in der Schweiz. In Deutschland wurden in verschiedenen Städten ähnliche Vereinigungen ins Leben gerufen. Infolge ihrer geringen Ausdehnung (Lokalcharakter) sind sie aber nicht von Bedeutung.

Umsatzstatistik:		*Mitgliederstatistik:*	
1882	Fr. ?	1882	10 Mitglieder
1900	„ 375 000	1900	60 „
1914	„ 484 000	1914	80 „
1920	„ 559 000	1920	117 „
1921	„ 800 000	1921	119 „
1922	„ 786 000	1922	121 „

Umsatzstatistik:	*Mitgliederstatistik:*
1923 Fr. 1 026 000	1923 125 Mitglieder
1924 „ 1 550 000	1924 131 „
1925 „ 1 609 000	1925 132 „

Anteilscheinkapital Fr. 184 000
Obligationenkapital Fr. 69 000
Reserven Fr. 61 260

Zwischenbemerkung: Die noch zu behandelnden Einkaufsgesellschaften haben sichtbar etwas gewerblichen Einschlag. Ihre Mitglieder betreiben neben dem reinen Handelsgeschäft vielfach noch eine Reparaturwerkstätte oder dergl., mischen unter die unverändert weitergegebenen auch selbst hergestellte Waren oder müssen vielleicht eine Absatztechnik anwenden, die gewerblicher Arbeit ähnlich ist. Immerhin werden nur solche Zusammenschlüsse berührt, deren Vermittlungstätigkeit sich zum weitaus größten Teil auf Waren beschränkt, welche von den Mitgliedern ohne Weiterverarbeitung an die Kundschaft abgegeben werden. —

5. Die Velohändler-Genossenschaft des Kantons Bern, Bern (V.H.G.).

Innerhalb der kantonal-bernischen Sektion des Schweiz. Velo-, Motor- und Nähmaschinenhändler-Verbandes wurde am 22. August 1910 die „Velohändler-Genossenschaft des Kantons Bern" gegründet. Als Sitz und Gerichtsstand wurde Bern bestimmt.

Das Unternehmen entwickelte sich nur sehr langsam. Die dieser Erscheinung zu Grunde liegenden Motive waren verschiedener Natur: Gleich nach der Gründung begannen die Grossisten — wohl aus Furcht vor einer raschen Ausdehnung der Einkaufsbewegung — sich einer besseren Anpassung an die Forderungen der Kleinhändler zu befleißen, als dies vorher der Fall gewesen war. Sie nahmen damit dem Kaufkraftzusammenschluß das animierende Moment. Ferner ging wohl auch aus den Statuten ein hemmender Einfluß hervor. Man hatte dort folgende Satzung eingefügt:

„Den Genossenschaftern ist untersagt, gleiche Artikel, welche von der Genossenschaft geführt werden, von einer andern Bezugsquelle zu beziehen. Jedes Mitglied ist verpflichtet, solche Bezugsquellen sofort zu melden, welche die gleichen Artikel wie wir führen, aber solche zu billigeren Preisen offerieren."

Dieser Abnahmezwang hielt sicherlich manchen Händler vom Eintritt fern.

Bis vor wenigen Jahren hatten sich die privaten Velogrossisten damit begnügt, die Entwicklung der in Rede stehenden Einkaufsgesellschaft mittelst Verhinderung des Zuflusses von neuen Mitgliedern aufzuhalten. Seit 1922 mehrten sich jedoch die direkten Angriffe zusehends. Immer kleiner wurde die Zahl der Lieferanten, die sich durch die Grossisten noch nicht zum Verkehrsabbruch mit der V.H.G. hatte verleiten lassen. Infolge ihrer etwas schwachen wirtschaftlichen Struktur gelang es der Velohändler-Vereinigung nicht, sich aus der Umklammerung zu lösen. Der Liquidationsbeschluß, welcher im Laufe des Jahres 1924 gefaßt wurde, war tatsächlich der letztmögliche Ausweg. Trotz dieser Schläge sind aber die Velohändler weit davon entfernt, den Einkaufsgedanken fallen zu lassen. Mit Hilfe der Genossenschaft Schweiz. Velo-, Motor- und Nähmaschinenhändler in Olten gedenken die Interessenten ein neues Projekt auszuarbeiten, das dann in einer auf breiter Basis fundierten Neugründung seine Verwirklichung finden soll.

Die Velohändler-Genossenschaft Bern kaufte hauptsächlich Velos und Nähmaschinen nebst Zubehör ein. Daneben unterhielt sie mit einer Karbidfabrik und einem Maschinenöllager Lieferungsverträge, aus welchen den Genossenschaftern einige Vergünstigungen erwuchsen.

Umsatzstatistik:	*Mitgliederstatistik:*
1910 Fr. 25 000	1910 25 Mitglieder
1914 „ 125 000	1914 30 „
1920 „ 230 000	1920 45 „
1923 „ 250 000	1923 50 „

Die von den eigenen Leuten zur Verfügung gestellten Betriebsmittel waren im Verhältnis zu den relativ hochwertigen Handelsartikeln knapp bemessen:

Anteilscheinkapital	Fr. 25 000
Obligationenkapital	Fr. 8 000
Reserven	Fr. 2 000

6. Der Verband Schweiz. Velo-, Motor- und Nähmaschinen-Händler in Olten (eingetr. Genossenschaft).

Diese Genossenschaft ist eigentlich nur ein Interessenverband. Sie besitzt kein Anteilscheinkapital. Die wirtschaftliche Natur des Aufgabenkreises war der Grund zur Annahme der Genossenschaftsform. Der Verband, in welchem heute ca. 1000 Velohändler aus der ganzen Schweiz vereinigt sind, hat folgende Zweckbestimmung (Art. 2 der Statuten):

„Der Verband hat den Zweck, die in der Schweiz richtig etablierten Händler zu sammeln, zu schützen und wirtschaftlich zu fördern, kaufmännisch, gewerblich und technisch weiterzubilden; die Interessen seiner Mitglieder zu wahren durch Herausgabe eines Fachblattes, Veranstaltung von Ausstellungen, Ausbildung von Lehrlingen auf Grund der kantonalen Lehrlingsgesetze und der bezüglichen Verbandsreglemente, Herausgabe eines Fachblattes, Berufsberatung, Lehrlingsfürsorge und schiedsgerichtliche Erledigung von Streitigkeiten zwischen den Mitgliedern."

Trotzdem schon verschiedene Male Anregungen zur Gründung einer Schweiz. Velohändler-Einkaufsgesellschaft gemacht wurden, konnten sich die leitenden Organe noch nicht mit diesem Gedanken abfinden. Die finanzielle Schwachheit eines großen Teils von Angehörigen dieser Branche gibt zur Befürchtung Anlaß, daß die zu einer erfolgreichen Aktion notwendigen Kapitalien nicht aufzubringen wären. Auch müßte man mit einer sehr lückenhaften Beteiligung seitens der Verbandsmitglieder rechnen, da viele Händler durch Grossistenkredite in ihrer Bewegungsfreiheit gehemmt sind.

In den ersten Jahren der Nachkriegszeit nutzten jedoch die Engrosfirmen, indem sie die Preise künstlich hochhielten, ihre Machtstellung in einer Art und Weise aus, welche die Velohändler trotz aller Hindernisse zur Selbsthilfe zwang. 22 der kapitalkräftigsten Genossenschaftsmitglieder stellten ihre Mit-

tel dem Verband zur Verfügung. Mit dieser und mit der Hilfe der Fabrikanten des In- und Auslandes wurde eine großzügige Umgehung des Großhandels in Szene gesetzt. Die Wirkung trat beinahe plötzlich in Form einer 30prozentigen Preisminderung auf Fahrrädern und Bestandteilen ein. Die Versprechungen der Grossisten einerseits und die in Unsicherheit schwimmenden Garantieleistungen der 22 „Retter in der Not" anderseits machten nach einiger Zeit wieder eine Verständigung möglich. Ende 1923 war man zu den alten Zuständen zurückgekehrt. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, daß die Auflösung der V.H.G. Bern Anlaß zu einer neuen Aktion gibt. —

7. Die Einkaufsgenossenschaft des Verbandes Schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel.

Die Gründung dieser Genossenschaft fällt in das Jahr 1907. Ihr Zweck besteht in der Gleichstellung der Mitglieder (hinsichtlich Konkurrenzfähigkeit) mit den Fabrikanten und Grossisten, welche direkt an Private liefern. Die Gesellschaft besitzt in Basel ein ansehnliches Lagerhaus. Hauptartikel sind: Teppiche, Inlaid, Vorhangstoffe, Dekorationsartikel aller Art und einige Rohstoffe der Tapeziererbranche. Die Mitglieder rekrutieren sich aus dem gesamten Gebiete der Schweiz.

Umsatzstatistik:		*Mitgliederstatistik:*	
1907/08	Fr. 108 000	1907	56 Mitglieder
1914	„ 370 000	1914	323 „
1920	„ 1 803 000	1920	413 „
1921	„ 1 219 000	1923	421 „
1922	„ 1 299 000	1924	425 „
1923	„ 1 467 000	1925	451 „
1924	„ 1 693 000		
1925	„ 1 745 000		

Anteilscheinkapital Fr. 162 000
Obligationenkapital Fr. 317 000

Bemerkenswert ist der im Verhältnis zu obigen Zahlen respektable Reservefonds im Betrage von Fr. 246 000.—.

8. Die Elektro-Einkaufsvereinigung Bern (eingetr. Genossenschaft).

Auch dieser Zusammenschluß fußt zum Teil auf dem Bestreben einer Anzahl von Handelsgeschäften der Elektro-Artikel-Branche, sich durch gemeinsamen Wareneinkauf für den Wettbewerb mit den selbstdetaillierenden Fabrikationsfirmen zu wappnen. Anderseits wollte man sich mit dem obgenannten Mittel gegen die Willkür der Grossisten schützen. Der Installationstätigkeit dieser Elektrohändler haftet allerdings eine stark gewerbliche Färbung an. Es ergab sich deshalb die Frage: Kann die E.E.V.B. noch unter den Begriff „händlerische Einkaufsgesellschaft" rubriziert werden? M. E. „ja", denn die zur Installation von Lampen, Apparaten etc. aufzuwendende Arbeit gehört sehr oft zur Absatztechnik der in Rede stehenden Geschäfte. Diese Behauptung wird bestätigt durch die Tatsache, daß der Einrichtungslohn vielfach im Ladenverkaufspreis des betr. Artikels inbegriffen ist. —

Die Elektro-Einkaufsvereinigung ging aus der am 27. Juli 1921 gegründeten Berner Einkaufsvereinigung von Handelsgeschäften der Elektrobranche hervor. Nachdem letztere gleich zu Anfang ihrer Tätigkeit beachtenswerte Erfolge zu erzielen vermocht hatte, wurden auch anderorts ähnliche Verbände ins Leben gerufen. Zufolge ihrer geringen Kaufkraft gelang es ihnen aber nicht, festen Boden zu fassen. Die Zürcher Handelsgenossenschaft und andere Ostschweizer Interessenten verliehen deshalb dem Wunsche Ausdruck, sich der Berner Vereinigung anzuschließen. Es erfolgte denn auch am 13. Oktober 1923 die Gründung einer Elektro-Einkaufsvereinigung interkantonalen Charakters mit Sitz in Bern. Wie die UTO E.V.K. Zürich kauft auch die E.E.V. Bern keine Waren auf eigene Rechnung ein, sondern sie begnügt sich mit dem sog. Vertragsverkehr. Der Grund der Ablehnung eines Eigenlagers liegt im hohen Kapitalaufwand, den die Haltung eines solchen erfordern würde. (Man denke beispielweise nur an die relativ hohen Werte von elektrischen Öfen, Kochapparaten, Motoren, Radio-Apparaten etc.) Der Selbsteinkauf wird umgangen, indem man sich darauf beschränkt, die Kaufkraft der Genossenschafter auf bestimmte Lieferfirmen hinzulenken. Die daraus

resultierende Steigerung des Umsatzes veranlaßt die betr. Lieferanten zur Gewährung eines Extrarabattes, der durchschnittlich 5% beträgt. Wie aus dem Jahresbericht 1923/24 hervorgeht, sind die Mitglieder der E.E.V. mit diesem Ergebnis vorläufig zufrieden. Diese Feststellung hält aber die Genossenschaft nicht ab, stets an der Erhöhung ihrer Nutzleistung zu arbeiten. Seit 1. Juli 1925 ist die E.E.V. als Genossenschaft im Handelsregister eingetragen.

Umsatzstatistik:

Berner Einkaufsvereinigung:	1921-23 jährlich	Fr.	100.000.—
		bis Fr.	200.000.—
Elektro- „	1924	Fr.	750.000.—
„ „	1925	Fr.	1 025 000.—

Mitgliederstatistik:

Berner Einkaufsvereinigung:	1921	15	Mitglieder
	1922	25	„
	1923	30	„
Elektro-Einkaufsvereinigung:	Okt. 1923	58	„
	1924	80	„
	1925	108	„

Anteilscheinkapital (erst 1925 geschaffen) Fr. 11 000.—

Ein Obligationenkapital und ein Reservefonds bestehen noch nicht. —

9. Verschiedene Konventionen zwischen Produzenten- und Händler-Interessen-Verbänden.

Einige kleinhändlerische Schutzverbände schließen mit den Lieferantenverbänden Konventionen ab zur Vereinheitlichung der Zahlungsbedingungen, Rabattierung und Skontierung im gegenseitigen Verkehr. Oft werden auch allgemeinverbindliche Detailverkaufspreise festgelegt. Die letztgenannte Maßnahme, deren Vorbild bei den großkapitalistischen Industrie- und Handelskartellen zu suchen ist, hat für den Händler sicherlich günstige Wirkungen gezeitigt. Sie läuft jedoch den Interessen des letzten Konsumenten zuwider und ruft sehr

oft der Gründung von konventionsfreien Versandgeschäften und Verbrauchergenossenschaften.

Als Verbände obiger Art fallen m. W. folgende Zusammenschlüsse in Betracht: Schweiz. Cigarrenhändlerverband, Zürich; Schweiz. Photohändlerverband, Zürich; Schweiz. Buchhändlerverein, Bern; Schweiz. Schuhhändlerverband, Bern; Schweiz. Velo-, Motor- und Nähmaschinenhändler-Verband, Olten. —

§ 6. Einiges über die kleinhändlerische Zusammenschlußbewegung im Ausland.

Die Angaben, die über die Einkaufsvereinigungen des Auslandes gemacht werden können, beziehen sich auf folgende Länder:

1. Belgien.[1])

Als besonders interessant darf die Tatsache bezeichnet werden, daß in diesem Lande der Kaufkraftzusammenschluß der Kleinhändler und Kleingewerbler vom Staate gefördert wird. Jeder Gründer einer Einkaufsgesellschaft erhält eine kleine Subvention im Betrage von Fr. 200.— zur Deckung der Gründungskosten. Ferner wird jedem Geschäftsführer, welcher 10 Jahre lang eine Einkaufszentrale geleitet hat, eine Ehrenauszeichnung verabfolgt. Es scheint, daß diese Maßnahmen wirklich die in sie gesetzten Erwartungen erfüllen. Laut Ausweis des belgischen Volkswirtschaftsministeriums existierten in Belgien auf Ende 1924 196 Einkaufsgesellschaften kleingewerblicher und kleinhändlerischer Natur. Davon sind 31 reine Händlerzusammenschlüsse. Sie klassifizieren sich folgendermaßen:

---

[1]) Quellen: „De Vereeniging in de Ambachten en Neringen" (herausgegeben vom „Office belge des Métiers et Négoces") Brüssel 1912; Dr. Hector Lambrechts, Eenige Raadgevingen an de inrichters van Burgersyndikaten voor den Aankoop van Grondstoffen (Brüssel 1905); Spezialbericht des Int. Mittelstandsinstituts (Dir. Dr. H. Lambrechts); Spezialbericht des belg. Volkswirtschaftsministeriums.

Spezereiwarenhändler-E.-G.	20
Butter- und Käsehändler-E.-G.	11
Cigarren- und Tabakhändler-E.-G.	10

Die übrigen Verbände gehören zur Hauptsache dem Bäckergewerbe (37), dem Schuhmachergewerbe (31), dem Schmiedegewerbe (20), dem Coiffeurgewerbe (20) und dem Zuckerbäckergewerbe (12) an. Über den Umfang dieser Vereinigungen darf man sich jedoch keine Illusionen machen. Sie sind meist lokaler Natur und — an schweizerischen Verhältnissen gemessen — sehr klein. So zählt z. B. die Einkaufs-Gesellschaft des Spezereiwarenhändlerverbandes Brüssel (gegr. 1920) rund 50 Mitglieder. Eine zwischenörtliche Verbindung besteht nicht. Allerdings sind gegenwärtig Bestrebungen im Gange, welche auf die Gründung von einheitlichen Landesverbänden hinzielen. Man hat eingesehen, daß die Unkostenquoten der zwerghaften Lokalgenossenschaften immer noch viel zu hoch sind zur Schaffung einer Basis für die ersprießliche Entwicklung der Kleinbetriebe des Einzelhandels. —

2. Deutschland.[2])

In Deutschland stellen die Kolonialwarenhändler diejenige Berufsgruppe dar, welche am frühesten zum gemeinschaftlichen Einkauf überging. Unter dem Patronat der verschiedenen Interessenverbände bildeten sich in den 90er Jahren des vorigen Jahrhunderts die ersten Einkaufsvereine. Bald tauchten auch die ersten Genossenschaftsverbände mit zentralen Einkaufsstellen auf. Verschiedene Irrfahrten und Fehlschläge führten dieselben jedoch nach einiger Zeit wieder der Liquidation entgegen. 1907 wurde ein neuer Verband gegründet. Er nennt sich „EDEKA-Verband deutscher kaufmännischer Genossenschaften, eingetragener Verein". Sein Sitz be-

[2]) Quellen: H. van Norden, Die Einkaufsgenossenschaften des Einzelhandels (herausgeg. vom EDEKA-Verband Deutscher kaufm. Genossenschaften in Berlin); Willy Völkner, Kolonialwarenkleinhandel (Berlin 1911); Verbands- und Geschäftsberichte des EDEKA-Verbandes; Deutsche Handelsrundschau; diverse kleine Broschüren; Spezialbericht.

findet sich in Berlin. Das Wort EDEKA ist aus den Anfangsbuchstaben der drei Worte „*E*inkaufsgenossenschaften *d*er *K*olonialwarenhändler“ zusammengesetzt. Der EDEKA-Verband fungiert in erster Linie als Revisor aller ihm angeschlossenen Einkaufsgesellschaften. Ferner vertritt er die allgemeinstandespolitischen Interessen der Kleinhändler in gleicher Weise, wie es unsere Schutzverbände tun. Zur Heranbildung tüchtiger Buchhalter und Geschäftsführer für Einkaufsvereinigungen und zum Ausbau der Berufskenntnisse der Genossenschafter werden Kurse veranstaltet. Als Verbandsorgan dient die „EDEKA Deutsche Handelsrundschau“. Zu gleicher Zeit wie obiger Verband wurde die „EDEKA-Zentrale, eingetragene Genossenschaft mit beschränkter Haftpflicht“ gegründet. Diese Zentrale ist eine Zentralwarenbeschaffungsstelle für die ihr angeschlossenen Genossenschaften. Ihre Entwicklung wird durch folgende Ziffern veranschaulicht:

Gründungsbestand	1907	10 E.-G. mit total	700 Mitgl.
Bestand	1914	78 „ „ „ „	6 000 „
	1920	307 „ „ „ „	18 000 „
	1921	360 „ „ „ „	21 000 „
	1922	400 „ „ „ „	24 000 „
	1923	500 „ „ „ „	30 000 „
	1924	600 „ „ „ „	40 000 „

Von jeher litt die EDEKA-Zentrale unter dem Mangel an Betriebskapital. 1915 versuchte man dieses Hindernis zu überbrücken durch die Gründung der ebenfalls auf dem Genossenschaftssystem aufgebauten „EDEKA-Bank“. Genossenschafter sind wiederum die im Zentralverband vereinigten Einkaufszusammenschlüsse. Die EDEKA-Bank hat in erster Linie den Zweck, der Zentrale als Geldbeschaffungsinstitut zu dienen. Neben der Erfüllung dieser Hauptaufgabe hat die Bank auch die Leitung des gesamten Zahlungsverkehrs zwischen der Zentrale und den einzelnen Einkaufsvereinen inne. Außerdem erledigt sie Bankgeschäfte aller Art. Ausnahmsweise hilft sie auch kreditbedürftigen Einkaufsgenossenschaften mit Kapital-

zuschüssen aus. Sowohl der EDEKA-Verband, wie die Zentrale und die Bank verfügen über Zweigstellen in Hamburg, Duisburg, Frankfurt a. M. und Breslau.

Die Spezereiwarenhändler-Einkaufsvereine des Deutschen Reiches sind, einige wenige ausgenommen, alle in dem genannten Zentralverband vereinigt. Das rapide Wachstum desselben ist zur Hauptsache auf die eigene Gründertätigkeit zurückzuführen. Gegenwärtig hat in Deutschland beinahe jede Stadt und jedes Städtchen seine Spezereiwarenhändler-Einkaufsgenossenschaft. Im Gegensatz zu den schweiz. Verhältnissen ist aber ihr Wirkungskreis in den weitaus meisten Fällen örtlich beschränkt. In ländlichen Gegenden weiß man vielerorts noch nichts von der Einrichtung „Kaufkraftzusammenschluß". Die einzelnen Vereine sind mit wenigen Ausnahmen relativ klein. Die durchschnittliche Genossenschafterzahl beträgt 60 bis 70. Zu den größten Kolonialwarenhändler-Organisationen Deutschlands gehören folgende Verbände:

Einkaufszentrale Berlin	500	Mitglieder
Einkaufszentrale Braunschweig	400	„
Einkaufsgenossenschaft Breslau	500	„
Großeinkaufsverein Hamburg	700	„
E.-G. der Delikateß- u. Fettwarenhändler, Hamburg	350	„
Großeinkaufsverein der Kolonialwarenhändler Württembergs, Stuttgart	800	„

An der Gesamtbevölkerung gemessen ist die Dichte der in Einkaufsgenossenschaften organisierten Spezereiwarenhändler in Deutschland nur halb so groß als in der Schweiz. Die geringe Ausdehnung der Zusammenschlüsse hat zur Folge, daß ihre Unkostenquoten in der Regel über denjenigen der schweizerischen Verbände stehen. Trotz dieser und anderer Nachteile, die der kleinen Vereinigung anhaften, scheint es, daß man sich mit dem nun einmal inaugurierten System zufrieden gibt.

Außer der Kolonialwarenbranche besitzen in Deutschland

noch folgende Händlergruppen Einkaufszentralen[3]): Textildetaillisten (7), Papier- und Schreibwarenhändler (2), Glas- und Porzellanhändler (3), Korbwarenbranche (1), Kohlenhändler (6), Zigarrenhändler (5), Spielwarenhändler (2), Milchhändler (50), Drogenhändler (16), Schuhwarenhändler (2), Konfitürenhändler (2), Briefmarkenhändler (1), Frucht- und Gemüsehändler (1).

Es darf angenommen werden, daß eine statistische Erhebung aus der Gegenwart wesentlich höhere Ziffern ergeben würde, denn die Zusammenschlußbewegung der Händler trieb besonders in der Notperiode der Kriegs- und Inflationszeit große Blüten. —

3. England.[4])

In England war der Kampf der Kleinhändler-Schutzverbände gegen die Konsumvereine und Warenhäuser ein äußerst heftiger. Zu Anfang der Konsumgenossenschaftsbewegung griffen dieselben zum Mittel des Boykotts. Jegliche Warenlieferung an Mitglieder und Freunde der Konsumvereine wurde abgeschnitten. Ferner gelangten die privaten Händler an die Grossisten und Fabrikanten, um sie zur Einstellung der Warenlieferungen an die Verbraucherzusammenschlüsse zu veranlassen. Der Erfolg dieser Maßnahmen bestand in einer gewaltigen Erbitterung des Publikums und in einem erneuten Zustrom desselben zu den Konsumvereinen. In der Gegend von Hull, Wigon und Burnley verboten die Interessenverbände der Händler ihren Mitgliedern hierauf die Anstellung von Hilfskräften, welche in irgend einer Weise (selbst oder indirekt durch Verwandte) mit dem wirtschaftlichen Gegner in Berührung kamen. Zunächst schien es, als ob dieses Vorgehen wirklich geeignet sei, den gewünschten Erfolg herbeizuführen. Die

---

[3]) Laut einer Statistik aus dem Jahre 1914; neuere Erhebungen waren nicht erhältlich.

[4]) Quellen: O. Lindecke, Die Aussichten der Konsumvereine und der kleinhändlerischen Interessenverbände, S. 93 (Basel 1904); mündliche Auskünfte.

vielen Entlassungen brachten das Publikum einen Moment lang ins Wanken. Die Solidarität der Konsumvereine parierte aber auch diesen Schlag. Sie unterstützten die Stellenlosen mit Geldmitteln oder nahmen sie selbst in Anstellung. Heute bestehen in verschiedenen Städten Englands Händlereinkaufsvereinigungen, die jedoch verhältnismäßig kleinen Umfangs sind. Ihre Gründung erfolgte reichlich spät, weshalb es den Konsumgenossenschaften und Warenhäusern gelang, sich die Beherrschung des Konsummarktes in weitgehendem Maße zu sichern. —

4. Frankreich.[5])

In Frankreich tauchen die ersten kleinhändlerischen Einkaufszusammenschlüsse zu Ende des letzten Jahrhunderts auf. Von Anfang an herrschte das Prinzip der örtlichen Vereinigung vor. Gegenwärtig bestehen in Frankreich über 200 Einkaufsgenossenschaften mit rund 20 000 Einzelmitgliedern. Davon gehören 100 Gesellschaften der Kolonialwarenbranche an. Sie sind zugleich auch die bestorganisierten Verbände der französischen Händlerbewegung. Die übrigen Korporationen verteilen sich auf die Geschäftszweige der Drogisten, Apotheker, Zuckerbäcker, Brotbäcker, Gemüsehändler, Textildetaillisten, Schuhhändler, Hoteliers u. a.

Sämtliche Einkaufsvereine sind in der 1919 gegründeten „Fédération des Sociétées Coopératives d'Achats en Commun de Commerçants Détaillants" mit Sitz in Paris zusammengeschlossen. Dieser Verband betreibt eine zentrale Großeinkaufsstelle, innerhalb welcher jeder Branche eine besondere Einkaufsabteilung eingeräumt ist. Diese Sektionen kaufen für alle Einkaufsgesellschaften ihres Geschäftszweiges ein. Der Einkauf von Waren, welche als Handelsartikel mehrerer Branchegruppen in Frage kommen, wird stets von derjenigen Abteilung getätigt, die darin den größten Umsatz zu erzielen in

---

[5]) Quellen: „Ce qu'un Epicier doit savoir", Lehrbuch für Spezereiwarenhändler, herausgegeben vom Syndicat de l'Epicerie in Paris; Spezialberichte.

der Lage ist. So kauft z. B. die Section de l'Epicerie Schuhcrème ein für sich, für die Schuhhändler, für die Drogisten und für die Hoteliers. Mit Hilfe dieses Verfahrens lassen sich bedeutende Einsparungen erzielen. Der Einkaufszentrale ist eine Bank angegliedert. Sie dient hauptsächlich dem Kreditbedürfnis kapitalschwacher Einkaufsvereine. Wie in Deutschland können aber auch hier die einzelnen Händler keinen Gebrauch von dieser Einrichtung machen.

Allgemeines Publikationsorgan ist das Blatt „La Coopération Commerciale". Zur Intensivierung des Kontaktes mit den angeschlossenen Händlern läßt sich der Zentralverband an allen großen inländischen Mustermessen vertreten. Welche Rolle er in der französischen Volkswirtschaft einnimmt, geht daraus hervor, daß seinen Generalversammlungen jeweils Minister der Landesregierung, Parlamentarier und Vertreter der gesamten Handelspresse beiwohnen.

Die Zentralorganisation wird sekundiert durch die gut ausgebauten Schutzverbände. Diese legen insbesondere Gewicht auf die berufliche Weiterbildung ihrer Mitglieder. Schon seit dem Jahre 1905 werden alljährlich Berufsbildungskurse veranstaltet. Auch der Einfluß auf die Behörden und die öffentliche Meinung ist größer als in den meisten andern Ländern. —

5. Holland.[6])

In Holland ist man eher auf den wohldurchdachten Ausbau des Schutzverbandswesens eingestellt. Beinahe jeder einzelne Detailhandelszweig hat seinen Provinz- oder Landesverein mit hauptamtlichem Sekretariat, veranstaltet Berufsbildungskurse, unterhält genossenschaftliche Kredit-, Kranken- und Sterbekassen, läßt sich womöglich in den Behörden vertreten usw. usw. Die kleinen, zumeist örtlichen Einkaufsvereinigungen sind nicht von überragender Bedeutung. —

[6]) Quelle: Bulletin de l'Institut Int. des Classes Moyennes (Dec. 1920).

6. Oesterreich.[7])

Hier ist es die „Reichsorganisation der Kaufleute Österreichs“ (ORGA), welche schon seit den 90er Jahren des vorigen Jahrhunderts den Kaufkraftzusammenschluß der Kleinhändler propagiert. Die Resultate dieser Tätigkeit stellten sich relativ spät ein. 1908 erfolgte die Konstituierung der „Großeinkaufsgenossenschaft der Kaufleute Wiens“ (GEKAWE). Sie umfaßt vier Abteilungen:

A. Spezereiwarenabteilung (a. Feinkostsektion; b. Kolonialwarensektion);
B. Textilwarenabteilung;
C. Abteilung für Drogisten;
D. Abteilung für Lack- und Farbwarenhändler.

Neben der Einkaufszentrale betreibt die GEKAWE noch eine Marmeladefabrik, eine Kaffeerösterei, eine Gewürzmühle und eine Schaufensterversicherungsstelle. Der Mitgliederstatistik entnehme ich folgende Zahlen:

1908	150	Mitglieder
1910	228	„
1914	557	„
1920	975	„
1924	1200	„

Ungefähr die Hälfte der Mitglieder der GEKAWE ist zugleich in der der Einkaufsstelle angegliederten Genossenschaft „Kaufmännisches Kreditinstitut der Kaufleute Wiens“ zusammengeschlossen. Dieses Institut hat den Zweck, den Genossenschaftern nötigenfalls mit billigen Krediten beizuspringen.

Außer Wien haben auch die Kleinhändler einiger Provinzstädte Einkaufszentralen eingerichtet. Die nationale Verbindung wird durch den „ZEVEKA-Zentralverband der kaufmännischen Einkaufsgenossenschaften Österreichs“ repräsentiert. Es ist dies jedoch bloß ein Revisionsverband ohne Zentraleinkaufsstelle. Eher unter schweizerischem Einfluß steht

---

[7]) Quellen: Geschäftsbericht der Großeinkaufsgenossenschaft der Kaufleute Wiens; „Kaufmännische Presse“ vom 1. Juli 1914; Spezialbericht.

der „GROSSKAUF Bregenz, Großeinkaufsgenossenschaft Vorarlberger Kolonialwarenhändler". Diese Vereinigung zählt gegenwärtig rund 200 Mitglieder. Sie beteiligt sich häufig an den Abschlüssen der UNION Olten. Auch die innere Organisation des GROSSKAUF ist nach dem Oltner Muster aufgebaut. —

7. Polen.

Laut Aussage eines Kenners des Genossenschaftswesens der russischen Sowjetrepubliken ist dort die Einrichtung „kleinhändlerische Einkaufsgesellschaft" eine unbekannte Größe. Dieser Satz gilt auch für die Baltischen Randstaaten. Eine Ausnahme macht *Polen.* Es hat bei seinem Eindringen in deutsche Lande auch eine Anzahl städtischer Spezereiwarenhändler-Einkaufsvereine übernommen. Diese sind aber derart klein, daß eine nähere Untersuchung kaum interessante Daten zu Tage fördern würde. —

8. Schweden.[8])

Nicht so reibungslos wie im Großteil der vorerwähnten Länder ging die Zusammenschlußbewegung in Schweden vor sich. Versuche, eine Einkaufsorganisation ins Leben zu rufen, wurden schon vor 1914 gemacht. Die Resultate konnten jedoch nicht befriedigen. Es schien, als ob 1916 eine neue Periode anbreche. In diesem Jahre erfolgte die Gründung der „Aktiebolaget Förenande Köpmän" in Stockholm. Diese Gesellschaft trat in der Folge als Zentraleinkaufsstelle der Kolonialwarenhändler Schwedens auf. In den ersten Jahren seines Bestehens entwickelte sich das obengenannte Unternehmen in bemerkenswerter Art und Weise. Es konnte bald eine Anzahl Filialkontore in den verschiedenen Landesteilen ins Leben rufen. Im Glauben an eine Fortdauer der Hausse der Kriegsjahre tätigte die Zentrale in den Jahren 1919 und 1920 noch große Wareneinkäufe. Damit schuf sie sich aber die Basis für die nach-

[8]) Quelle: Spezialbericht im Besitze der UNION Olten.

folgende Katastrophe. Der Preissturz von 1921 und 1922 versetzte der Aktiebolaget Förenande Köpmän vernichtende Schläge, welche selbst mit Hilfe der Reserven nicht pariert werden konnten. Eine Unterbilanz und demzufolge auch die zwangsmäßige Liquidation waren unvermeidlich.

Auf den Trümmern der alten Gesellschaft entstanden im ganzen Lande kleine Lokalvereinigungen. Sie übernahmen die Filiallager der konkursiten Landesorganisation. Die umfangreichste unter ihnen ist die „Aktiebolaget Svenska Varror" in Stockholm. Schon im Jahre 1923 arbeiteten diese Zusammenschlüsse wieder mit befriedigendem Erfolg.

Die allgemein-standespolitischen Interessen verficht der „Sveriges Köpmannaförbund". Es ist dies ein einflußreicher Reichsverband der Detailhändler aller Branchen. —

9. Tschechoslovakei.[9])

Im Jahre 1914 bestanden im Gebiete der heutigen Tschechoslovakei 122 kleinhändlerische und kleingewerbliche Einkaufsgesellschaften meist lokaler Natur, welche Zahl bis 1920 auf 419 stieg. Sowohl sie als auch die Kaufkraftzusammenschlüsse der Landwirte und der letzten Konsumenten wurden während des Weltkrieges von der österreichischen Regierung, die sich dadurch die Gunst der großen politischen Parteien in den Kronländern sichern wollte, stets mit Sonderwarenlieferungen bedacht. —

10. Vereinigte Staaten von Nordamerika.[10])

Ein Bericht über die Industrielage in den U. S. A. sagt (hier in kurzen Worten zusammengefaßt) folgendes aus:

Überall beginnt die Erkenntnis zu dämmern, daß das entscheidende Problem für die amerikanische Industrie nicht länger mehr beim Produzenten liegt, sondern beim Konsumen-

[9]) Quelle: Bericht über den internationalen Mittelstandskongreß 1924 (Bern 1925) Ste. 407.

[10]) Quelle: „Basler Nachrichten" vom 5. Mai 1925.

ten. Der allgemeine Schrei gilt heute den Märkten, denn es wird immer schwieriger, die ungeheuren Mengen von Fabrikaten, die der moderne Industrieapparat hervorbringt, abzusetzen. Die Aufnahmefähigkeit des Marktes nimmt lange nicht so rasch zu wie die Produktionsfähigkeit der Industrie. Immer aggressiver werden die Methoden, mit denen man den Absatz auf dem Inlandmarkt zu steigern versucht. Auch ganz neue Formen des Vertriebes beginnen den Einzelhandel der Vereinigten Staaten zu beherrschen. Vor allem hält man die Verteilungswirtschaft zu rationeller Arbeitsweise an. Der private Grossist wird mehr und mehr verdrängt durch die auf Veranlassung der Industrie gegründeten Einkaufsgenossenschaften der Einzelhändler. Der Erfolg ist nicht ausgeblieben. Der Bericht stellt wörtlich fest: „Sie haben zu einem guten Teile dazu beigetragen, die Preise zu ermäßigen und die Nachfrage zu beleben." —

Gerade jene Eigenschaft der Händlerzentralen — die Vereinfachung des Absatzprozesses —, welche von unserer Industrie vielfach nicht anerkannt wird, hat also die amerikanische Produktionswirtschaft dazu gebracht, von sich aus einzelhändlerische Einkaufsgesellschaften ins Leben zu rufen.

Es dürfte interessant sein, die Resultate einiger ausgewählter Vergleiche zwischen der ausländischen und der schweizerischen Kleinhändlerbewegung zusammenzustellen:

a) In dem 1882 gegründeten Schweiz. Vereinssortiment Olten besitzt die *Schweiz* die *älteste* der bestehenden kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften.

b) Hinsichtlich Mitgliederzahl nimmt die UNION Olten unter den kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften die erste Stelle ein.

c) Die U. S. E. G. O. ist zugleich die einzige Einkaufsvereinigung, deren Wirkungskreis sich über das Gebiet eines ganzen Landes erstreckt.

d) Im Auslande herrscht der örtliche Gesellschaftstyp vor. In der Schweiz gibt man der zwischenörtlichen Vereinigung den Vorzug.

e) Im Gegensatz zu Deutschland, Frankreich und Österreich sind die Einkaufsgesellschaften der Schweiz nicht in einem Zentralverband zusammengeschlossen.

f) In Bezug auf die handelstechnische Organisation ist die Mehrzahl der schweiz. Zusammenschlüsse den ausländischen mindestens ebenbürtig, wenn nicht überlegen.

g) Die schweiz. Einkaufsgesellschaften sind im Durchschnitt finanzkräftiger als ihre ausländischen Ebenbilder.

Zum Schlusse sei bemerkt, daß die kleinhändlerischen Einkaufsorganisationen (namentlich diejenigen Deutschlands, Frankreichs, Österreichs und der Schweiz) unter sich einen regen Ideenaustauschverkehr pflegen. Mehrfach ist es sogar zu gemeinsamen Einkäufen gekommen. Unter der Ägide der INTERNAT. MITTELSTANDSUNION soll der internationale Zusammengang des mittelständischen Einzelhandels noch gefestigt werden. —

Zweiter Hauptteil.

Form, Inhalt und Wirkungen des kleinhändlerischen Kaufkraftzusammenschlusses.

III. Kapitel.

Die rechtliche Organisation der Einkaufsgesellschaft.

§ 7. Die Eignung der Rechtsform.

1. Die einfache Gesellschaft. (Art. 530 ff. O.R.)

Es ist dies die geeignete Rechtsform für die sog. Gelegenheitseinkaufsgesellschaft, in welcher sich mehrere Einzelhändler von Fall zu Fall zusammenschließen mit der Absicht, gemeinsam gewisse Warenposten einzukaufen. Die diesbezügliche Anregung geht hie und da auch vom Lieferanten aus, der z. B. zwecks Vollausnutzung seines Autocamions die Detaillisten einer bestimmten Gegend auffordert, unter sich die zur Sammelspedition notwendigen Aufträge zu sichern. Weiterhin kann es vorkommen, daß die Detaillisten aus irgend einem Grunde ein Interesse daran haben, den Zusammenschluß geheim zu halten. Um dessen Dasein nicht offen darlegen zu müssen, begnügen sie sich mit der Bildung einer einfachen Gesellschaft. In diesem Falle tritt nur e i n e Person dem Fabrikanten oder Grossisten gegenüber. Die Mitbeteiligten bleiben im Hintergrund.

Trotz der Einfachheit der Organisation können diese kleinen Gruppen den Beteiligten unter Umständen ansehnliche Vorteile einbringen. Der Erfolg dieser Gelegenheitsvereinigun-

gen ist jedoch stark vom kollegialen Sinn der Gesellschafter abhängig. Jeder muß den andern als Mensch und Wirtschafter kennen. Dies ist nur dann möglich, wenn die Teilhaber nicht zahlreich sind. Für die kontinuierliche Einkaufstätigkeit und den Zusammenschluß vieler Händler eignet sich die einfache Gesellschaft nicht. Die Einsammlung der Aufträge und die Verteilung der Waren und Fakturaanteile würden zu komplizierte Formen annehmen. Auch das allgemeine Vertrauen müßte unter der mangelnden gegenseitigen Bekanntschaft der Gesellschafter leiden.

Die Gelegenheits-Einkaufsvereinigung trägt Keime zu zwei Entwicklungsarten in sich. Derjenige, der stets mit der Führung der Geschäfte beauftragt wird, kann leicht in Versuchung kommen, in das Lager der Grossisten abzuschwenken, oder die Entwicklung läuft auf eine stärkere, vielleicht genossenschaftliche Bindung hinaus.

Als praktische Beispiele solcher Gelegenheitsgesellschaften seien die kleinen Einkaufsgruppen der Textilwaren- und Lebensmittelbranche erwähnt[1]). —

2. Die Aktiengesellschaft. (Art. 612 ff. O.R.)

Die Aktiengesellschaft und die Genossenschaft sind einander in vielen Teilen ihrer rechtlichen und wirtschaftlichen Struktur ähnlich. Dessenungeachtet sei aber gleich zum voraus auf die Nichteignung der A.-G. als Rechtsform für kleinhändlerische Einkaufsgesellschaften hingewiesen.

Das erste Hemmnis liegt in dem zum voraus zu fixierenden Stammkapital. Diese Vorschrift hat zur Folge, daß bei Gründung einer Einkaufs-Aktiengesellschaft logischerweise auch die Aktionärzahl annähernd festgelegt werden müßte; denn bei der kleinhändlerischen Einkaufsvereinigung haben sich die Betriebsmittel nicht nach einem bestimmten Ausbeutungsobjekt zu richten, sondern nach der Zahl der Wirtschafter, welche die Dienste der Gesellschaft in Anspruch nehmen

[1]) Vgl. § 4, Ziff. 9, und § 5, Ziff. 3.

wollen. Eine zahlenmäßige Beschränkung der Mitgliederzahl wollen jedoch die Gründer einer Einkaufsgesellschaft höchst selten. In der Regel sind sie bestrebt, durch Heranziehung weiterer Berufsgenossen beim Einkauf noch ausgiebigere Preisermäßigungen zu erzielen. Entweder hätten also die Gründer ein für die Anfangsbedürfnisse weit übersetztes Grundkapital zu zeichnen (mit der Absicht, in der Folgezeit einen Teil der Aktien sukzessive an die neu eintretenden Kollegen zu verkaufen), oder das Grundkapital müßte von Zeit zu Zeit unter Statutenabänderung der jeweiligen Genossenschafterzahl angepaßt werden. Theoretisch lassen sich beide Wege denken. Sie sind jedoch für die Praxis viel zu schwerfällig, wenn nicht undurchführbar. Man halte sich beispielsweise nur die durchschnittlich geringe Kapitalkraft der kleinen Händler vor Augen und man begreift, daß ihrer wenige derartige Finanzoperationen nicht vornehmen können. Als Notbehelfe kämen vielleicht noch die Teil-Einzahlung des Aktienkapitals oder die Beteiligung durch Obligationen in Betracht.

Nach der geltenden Auffassung gehört bei einer A.-G. die Auszahlung von Dividenden gewissermaßen zum guten Ton. Die damit verbundene Gewinnabsicht steht aber mit dem Zweck der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaft in einem gewissen Widerspruch. Letztere beabsichtigt in der Regel keinen Gewinn. Der Händler will möglichst niedrige Warenpreise. Abgesehen davon würde eine auf das Aktienkapital ausgeschüttete Dividende große Ungerechtigkeiten mit sich bringen. Ich beweise dies am besten mit einem Beispiel: A besitzt Aktien im Betrage von Fr. 8000 und hat durch die Einkaufsgesellschaft im Laufe des Jahres für Fr. 2000 Waren bezogen. B hat sich nur mit Fr. 3000 beteiligt, setzte jedoch für Fr. 15 000 Waren um. Die Dividende (herausgewirtschaftet durch 8% Zuschlag auf den Warenpreisen minus 3% für Verwaltungskosten und Reservestellung) beträgt 5%. A erhält also kraft seiner Fr. 8000 in Aktien als Dividende Fr. 400, hat aber nur Fr. 100 beigesteuert durch seine Warenbezüge. B dagegen muß sich mit Fr. 150 begnügen, währenddem er Fr. 750 als Geschäftsgewinn einbezahlt hat. Das Beispiel zeigt,

daß dort, wo die Teilhaber den Dividendenfonds selbst schaffen müssen, eine Dividende auf Grund des Aktienbesitzes Ungerechtigkeiten mit sich bringen muß. Eine Gewinnverteilung nach dem Werte der bezogenen Waren würde die A.-G. praktisch zur Genossenschaft stempeln.

Im weiteren müßte die Übertragbarkeit der Aktien entweder untersagt oder durch die Gesellschaft in bestimmte Bahnen geleitet werden. An der Person des Aktionärs dürfte die Verwaltung nicht gleichgültig vorübergehen, sonst könnte sich beispielsweise der Fall ereignen, daß private Konkurrenzfirmen durch überwiegenden Aktienbesitz dazu kämen, die Selbsthilfegesellschaft überhaupt aufzulösen.

Auf Grund obiger Ausführungen gelange ich zur Ablehnung der Aktiengesellschaftsform für die auf Selbsthilfe beruhenden Einkaufsvereinigungen der Kleinkaufleute. —

3. Die Genossenschaft. (Art. 678 ff. O.R.)

Dr. O. Lindecke will wohl die Genossenschaftsform ausschließlich für die Konsumentenvereinigungen in Anspruch nehmen. Er sagt, der kleine Detailhandel mache sich der größten Inkonsequenz[2]) schuldig, wenn er sich in Einkaufs-Genossenschaften zusammenschließe, ohne jedoch von der Konkurrenzierung der Konsumgenossenschaften abzulassen. Diese Argumentation hinkt. Sie sei kurz mit folgender Frage kommentiert: Begeht eine in Aktiengesellschaftsform gekleidete Wirtschaftsgruppe eine Inkonsequenz, wenn sie eine andere A.-G. des gleichen Geschäftszweiges konkurrenziert? — Nach der heutigen Wirtschaftsauffassung nicht. Das gleiche gilt m. E. auch für das Rechtsgebilde „Genossenschaft".

Die Genossenschaftsform stellt beinahe jedem Nachteil, der sich bei den bisher behandelten Gesellschaftsarten geltend macht, einen Vorteil gegenüber. Das Anteilscheinkapital läßt sich ohne Schwierigkeit dem Betriebsmittelbedarf anpassen.

---

[2]) Vgl. O. Lindecke, Die Aussichten der Konsumvereine und der kleinhändlerischen Interessenverbände S. 60. (Basler Dissertation 1904.)

Der Vergrößerung der Genossenschafterzahl stellt sich nichts entgegen. Die Genossenschafter sind in der Regel wie die Aktionäre von jeder persönlichen Haftpflicht befreit. Die Gesellschaftsorgane übernimmt die Genossenschaft ebenfalls von der A.-G. Das Ein- und Austrittsrecht läßt sich in weitgehendem Maße und unter größtmöglicher Berücksichtigung aller Interessen der Gesellschaft modulieren. Durch die Genossenschaft geht ein dem mittelständischen Milieu angepaßter demokratischer Zug. Nicht der Anteilscheinbesitz entscheidet in der Hauptversammlung, sondern die Kopfzahl.

Die Genossenschaftsform zeigt nur *einen* nennenswerten Nachteil. Derselbe kann ganz besonders bei denjenigen Vereinigungen unangenehme Erscheinungen hervorrufen, die den Stürmen der Wirtschaftskonjunktur stark ausgesetzt sind, welche Position ja auch von den kleinhändlerischen Einkaufsgenossenschaften eingenommen wird. Sollte eine solche Korporation aus irgend einem Grunde finanziell ins Gleiten kommen, so ist die Gefahr groß, daß die Genossen unter Einforderung ihrer Anteile in großer Zahl die Fahnenflucht ergreifen. Ein derartiges Vorgehen wäre natürlich nicht geeignet, der notleidenden Gesellschaft wieder aufzuhelfen.

Der gekennzeichneten Rungefahr kann durch Erschwerung der Austrittsbedingungen teilweise gesteuert werden. Noch sicherer wäre natürlich der Übergang zum Aktiensystem. Der letztgenannte Weg wurde m. W. tatsächlich auch begangen durch zwei von solchen Runs betroffenen Genossenschaften. Es sind dies die heutige Emmental A.-G., Käse-Export in Zollikofen und die Obstverwertungs-A.-G. in Oberdießbach. Allerdings eignet sich die Aktienform für Verwertungskorporationen weit besser als für Einkaufsvereinigungen. —

4. Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (G. m. b. H.).

Der 1919er Entwurf zur Revision der Titel XXIV—XXXIII des Obligationenrechts enthält Bestimmungen für eine schweiz. G. m. b. H. Vielleicht arbeite ich für zukünftige Verhältnisse vor, wenn die vorgeschlagene Form der G. m. b. H. hier bezüglich ihrer Eignung für Einkaufsgesellschaften untersucht wird.

Der Vorschlag umschreibt die geplante G. m. b. H. wie folgt[3]): Mehrere Personen oder Firmen können sich zum Betrieb eines Gewerbes oder zu einem andern wirtschaftlichen Zweck derart verbinden, daß sie eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung bilden. Die Haftung wird für jeden Teilhaber auf einen bestimmten Betrag beschränkt. Die Zahl der Teilnehmer darf nicht mehr als 30 betragen, ansonst die Gesellschaft in eine andere zulässige Gesellschaftsform umzuwandeln oder aufzulösen ist. Das Stammkapital muß wie bei der A.-G. zum voraus festgesetzt werden. Es hat sich innerhalb der Grenzen von Fr. 20 000 (zulässiger Minimalbetrag) und Fr. 5 000 000 (zulässiger Maximalbetrag) zu bewegen. Der Anteil eines Gesellschafters muß wenigstens Fr. 1000.— betragen. Die Beschlüsse der Generalversammlung werden mit einfacher Mehrheit (nach der Höhe der Einlagen berechnet) gefaßt. Die Gesellschaftsorgane und deren Befugnisse sind denjenigen der A.-G. und der Genossenschaft sehr ähnlich. Die Abtretung der Anteile gleicht der Namenaktien-Abtretung. Der Reingewinn wird auf die von den Gesellschaftern tatsächlich einbezahlten Beträge ausgeschüttet.

Aus den obigen Bestimmungen geht hervor, daß die in Aussicht genommene G. m. b. H. durchaus den Charakter einer kapitalistischen Erwerbsgesellschaft in sich trägt. Es sei deshalb in vielfacher Beziehung auf die Ausführungen über die Aktiengesellschaft im 2. Abschnitt dieses Paragraphen verwiesen. Die hauptsächlichsten Punkte, welche die Nichteignung der G. m. b. H. als Rechtsform für kleinhändlerische Einkaufsgesellschaften dokumentieren, sind folgende:

a) Die starre Umgrenzung des Stammkapitalbetrages.
b) Das relativ hohe Beteiligungsminimum von Fr. 1000.—.
c) Die Beschränkung der Gesellschafterzahl auf 30.
d) Die streng kapitalistische Normierung des Stimmrechts in der Generalversammlung.

Mit diesen Bemerkungen soll aber die G. m. b. H. als solche

---

[3]) Vgl. Entwurf betr. Revision der Titel XXIV—XXXIII des Obligationenrechts, Art. 793 a ff.

nicht in Mißkredit gebracht werden. Als Erwerbsgesellschaft wird sie vielleicht auch in der Schweiz gute Dienste leisten. Nur muß der Schwindelgründung, welche bekanntlich die G. m. b. H. in Deutschland in ein etwas schiefes Licht gebracht hat, bei der Kodifizierung des Vorschlages gründlich der Riegel geschoben werden. —

Zusammenfassung: Schon unter Ziff. 3 dieses Paragraphen wurde die Genossenschaft als die für die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften bestgeeignete Rechtsform bezeichnet. Die Praxis bestätigt die Richtigkeit dieser Feststellung. Der weitaus größte Teil der hier erörterten Einkaufszusammenschlüsse des In- und Auslandes hat sich nach dem Genossenschaftsprinzip konstituiert. —

§ 8. Die zweckmässige Verteilung der Kompetenzen unter die Organe der Einkaufsgesellschaft.

Die Quelle, aus welcher das ganze Gedeihen einer Einkaufsgesellschaft entspringt, ist der erfolgreiche Wareneinkauf. Das ganze Organisationssystem hat sich gewissermaßen auf diesen Sektor des Geschäftskreises zuzuspitzen. Die Kommentation der Überschrift dieses Paragraphen erfolgt daher ausschließlich von dem soeben genannten Gesichtspunkt aus.

1. Die Kompetenzverteilung bei den Einkaufsgenossenschaften.

Die geschäftlichen Maßnahmen einer A.-G. drehen sich um das von den Aktionären zur Verfügung gestellte Kapital. Im Gegensatz dazu steht bei den Genossenschaften die Person des Genossenschafters im Vordergrund. Dort Abstimmung nach Kapitalanteilen, hier Abstimmung nach Köpfen. Auf der einen Seite monarchische Geschäftsführung, auf der andern Seite Neigung zum demokratischen Regiment.

Eine gemeinsame Führung der Geschäfte seitens aller Genossenschafter ist vielleicht bei Zwerggenossenschaften noch

möglich. Sobald aber die Gesellschaft größeren Umfang annimmt, stellen sich der rein demokratischen Organisation Schwierigkeiten aller Art entgegen, welche dem Interesse der Genossenschafter zuwiderlaufen. Für diesen Fall sehen die neuzeitlichen Gesetze obligatorische Organe vor. Den Zusammenschlüssen ist jedoch die Möglichkeit gegeben, noch weitere Instanzen einzufügen.

Haben die kleinen Einzelhändler in ihrem Anpassungsbestreben an die neuen Verhältnisse im Detailhandel durch den Kaufkraftzusammenschluß einmal A gesagt, so sollten sie, um folgerichtig den eingeschlagenen Weg zu verfolgen, auch B sagen bei der Verteilung der Vollmachten an die Organe ihrer Einkaufsgesellschaften. Nicht engherzige Ängstlichkeit, sondern Großzügigkeit muß die Generalversammlung bei der Behandlung dieses Traktandums beseelen. Es widerspricht den elementarsten Grundsätzen der Betriebslehre des Handels, einem fachmännisch gebildeten Geschäftsführer die Hände derart zu binden, daß er vor dem Einkauf des kleinsten Warenpostens die Unterschriften von Vorstandsmitgliedern oder gar die Bewilligung einer Einkaufskommission einholen muß. Die günstigsten Einkaufsgelegenheiten gehen auf diese Art und Weise unbenützt am Geschäftsführer vorüber. Leider scheint dieser Gedanke bei den schweiz. Einkaufsgesellschaften noch nicht überall durchgedrungen zu sein. Mit einer einzigen Ausnahme bestehen die Direktionen (andere übliche Benennungen: Vorstand, Geschäftsleitender Ausschuß, Betriebskommission, Einkaufskommission) unserer genossenschaftlichen Zusammenschlüsse aus mehreren Mitgliedern. Sie sind gewöhnlich vom Verwaltungsrat delegiert. Die mehrgliedrigen Direktionen setzen sich regelmäßig aus Genossenschaftern zusammen. Der angestellte Geschäftsführer ist meistens nicht Mitglied der Gesellschaft. Die rechtsverbindliche Unterschrift geben entweder zwei Mitglieder der Direktion oder in einigen Fällen ein Direktionsmitglied zusammen mit dem Geschäftsführer.

Eine mehrgliedrige Direktion hat gewiß auch ihre Vorteile. Aber innerhalb unseres raschflüssigen Wirtschaftslebens ist

sie zu schwerfällig. Die Direktionsmitglieder sind praktisch tätige Berufsleute, welche nicht ständig zur Besprechung und Unterzeichnung von Offerten bereitstehen können. Bis der Geschäftsführer die Einkaufsbewilligung erhält, ist die Geltungsfrist des betr. Angebots vielleicht schon längst abgelaufen. Solche Versäumnisse können unter Umständen die Leistungsfähigkeit der Einkaufszentrale und damit auch diejenige der Genossenschafter stark beeinträchtigen. Eine Ausnahmestellung nimmt, wie schon angetönt, die UNION Olten ein. Trotzdem sie die Mitgliederzahlen und den Verkehr der andern kleinhändlerischen Einkaufszusammenschlüsse um das Vielfache übertrifft, steht ihr nur ein Direktor vor, welcher zugleich auch das Geschäftsführeramt inne hat. Er vertritt die Gesellschaft mit voller Verantwortung nach außen und verfügt über Einzelunterschriftsberechtigung. Der gesamte Geschäftsverkehr wird von ihm geleitet. Vom Verwaltungsrat wird er nur in beschränktem Maße kontrolliert.

Dieses Verwaltungssystem hat eine gewisse Ähnlichkeit mit demjenigen kapitalistischer Großunternehmungen, über deren Verwaltungsräte Walter Rathenau in seiner Betrachtung über das Aktienwesen folgendes sagt[1]):

„Denkt man die Instanz hinweg, von der die Geschäftsführer der Großunternehmung wissen, daß sie befugt ist, Einsicht und Aufklärung zu verlangen, ja Genehmigungen zu verweigern, von der sie anderseits erwarten können, in schwierigen Lagen, Verhandlungen, Geschäftsabschlüssen unterstützt zu werden, so wird der wertvolle Vorteil ersichtlich, den *das bloße Vorhandensein dieser Aufsichtsbehörde*[2]) gewährt: Stetigkeit." —

Der Generalversammlung sind überall die gesetzlichen Funktionen zugedacht. Spezial-typische Momente treten nirgends hervor. —

Die Kontrollstelle hat erst bei wenigen Einkaufsgesellschaften einen durchaus neutralen Anstrich erhalten. Laut Statuten rekrutieren sich die Kontrollorgane der schweiz.

---

[1]) Walter Rathenau, Vom Aktienwesen (Berlin 1917), S. 16.
[2]) Vom Verfasser gesperrt.

Einkaufsgesellschaften zumeist aus dem Kreise der Genossenschafter.

Die Selbstrevision hat gegenüber der Rechnungsprüfung durch eine neutrale Stelle wohl den Vorteil der Wohlfeilheit. Sie wird aber auf die Genossenschafter und die Lieferanten nie die vertrauenerweckende Wirkung ausüben können wie die Revision durch Außenstehende. Es ist deshalb sehr zu begrüßen, daß der Entwurf zur Revision der Titel XXIV—XXXIII des O.R. folgende Bestimmung in das Genossenschaftsrecht einführen will:

„Genossenschaften mit einem Kapital von mindestens 1 Million Franken oder mit mindestens 500 Mitgliedern sind verpflichtet, die Kontrolle entweder durch Revisionsverbände vornehmen zu lassen oder die Kontrollstelle mindestens zur Hälfte aus technisch gebildeten Sachverständigen zu besetzen." —

Als Zusammenfassung der Ausführungen dieses Abschnittes zitiere ich die Punkte 3 und 4 der Forderungen, die Dir. Brandenberger von der UNION Olten in seinem anläßlich des I. Internationalen Mittelstandskongresses gehaltenen Referate (über die Bedeutung des gemeinschaftlichen Einkaufs für den Kleinhändler) aufstellte:

„Leitung der Geschäfte durch ausgewählte, voll verantwortliche Leute."

„Möglichst wenige Instanzen für Kontrolle und Mitsprache."

2. Die Kompetenzverteilung bei den Gelegenheits-Einkaufsgesellschaften.

Die Kompetenzverhältnisse regeln sich hier gewissermaßen automatisch. Da die Gelegenheitsgesellschaft gewöhnlich nur auf mündlichen Abmachungen basiert ist, wird sich der Geschäftsführer vor Abschlüssen hüten, die der Zustimmung der übrigen Teilhaber entbehren. Eine den endgültigen Maßnahmen vorangehende gemeinsame Besprechung erscheint in diesem Falle als durchaus notwendig. —

Allgemein muß bemerkt werden, daß Vereinigungen, welche kontinuierlich Waren auf gemeinschaftliche Rechnung

einkaufen (also hauptsächlich Genossenschaften), mit einer ehrenamtlichen Geschäftsführung nur halb an das gewünschte Ziel gelangen. Zwei Herren, nämlich dem eigenen Geschäftsbetrieb und der Genossenschaft, kann niemand allgemein befriedigend dienen. Das nicht zu bannende Mißtrauen der übrigen Genossenschafter wirkt ebenfalls hemmend. Die Leitung der Vereinigung muß in die Möglichkeit gesetzt werden, dieser ihre volle Kraft angedeihen zu lassen. In der Schweiz besitzen 90% der kleinhändlerischen Einkaufsgenossenschaften hauptamtlich tätige Geschäftsführer mit einem mehr oder weniger großen Angestelltenstab. Auch in Frankreich und Österreich sind die meisten Händlerzusammenschlüsse auf dieser Entwicklungsstufe angelangt. Nur in Deutschland ist man in dieser Beziehung noch etwas rückständig. Dort verfügen nämlich nur ca. 60% der Einkaufsgesellschaften über hauptamtlich angestellte Geschäftsleiter. —

§ 9. Die Mitgliedschaft.

In den folgenden Ausführungen sollen die statutarischen Mitgliedschaftsbestimmungen der schweiz. Einkaufsgesellschaften untersucht werden. Die gesetzlichen Normalvorschriften finden dabei nur dort Berücksichtigung, wo die oft eigenartige Interpretierung derselben durch das im Strom des Lebens stehende Individuum in Erscheinung tritt.

Bei Durchsicht der statutarischen Bestimmungen, welche die Mitgliederaufnahme regeln, springt von neuem das Überwiegen des persönlichen Moments bei der Genossenschaft ins Auge. Hingegen weisen die Paragraphen betr. die Beendigung der Mitgliedschaft verschiedene Stellen auf, die auf Einmischung einer etwas kapitalistisch gefärbten Denkweise schließen lassen[1]).

[1]) Die mit Erwerb und Beendigung der Mitgliedschaft zusammenhängenden Maßnahmen finanzieller Natur finden ihre Berücksichtigung in § 10.

1. Der Erwerb der Mitgliedschaft.

In Bezug auf die bei der Erteilung des Mitgliedschaftsrechtes angewandten Praktiken teilen sich die Einkaufsgesellschaften in zwei Gruppen:

a) Gesellschaften mit örtlich unbeschränkter Mitgliederaufnahme.

Zu dieser Kategorie gehören alle in den §§ 4 und 5 erwähnten Einkaufsvereinigungen mit Ausnahme der Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten in Oerlikon und der „Mercerie" Oerlikon. Um eine mehrfache Wiederholung von statutarischen Aufnahmebestimmungen ähnlichen Wortlauts zu vermeiden, gebe ich nachfolgend eine Zusammenfassung der Anforderungen, welche im allgemeinen an den Bewerber gestellt werden.

Anforderungen an die P e r s o n des Bewerbers:

Guter Leumund, Besitz der bürgerlichen Ehren und Rechte, sachkundige und lautere Geschäftsführung. Zwei Gesellschaften nehmen nur Detaillisten schweiz. Nationalität auf. Das schweiz. Vereinssortiment in Olten stellt als Hauptbedingung den Ausweis der Mitgliedschaft beim Schweiz. Buchhändlerverein oder bei der Société des Libraires et Editeurs de la Suisse Romande auf. In gleicher Weise verlangen auch die Elektro-Einkaufsvereinigung Bern und die Einkaufsgenossenschaft des Verbandes Schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel von den Bewerbern Zugehörigkeit zu den Interessenverbänden ihrer Branche.

Anforderungen wirtschaftlicher und rechtlicher Natur:

„Kleinhändler-Eigenschaft" im Sinne der in § 1 aufgestellten Begriffsbestimmung, Besitz von eigenem Geschäftskapital, freie Dispositionsmöglichkeit, Zahlungsfähigkeit, Betrieb des Geschäfts als Haupterwerb. Einige Gesellschaften inkorporieren nur im Handelsregister eingetragene Geschäftsleute. Die Liga Basel schließt in § 5 ihrer Statuten ausdrücklich von der Mitgliedschaft aus: Konsumvereine, Warenhäuser, Groß-

bazare, sog. Billigmagazine, Abzahlungs- und ähnliche Geschäfte. Ähnlich formuliert die UNION Olten:

„Die Mitgliedschaft bei der UNION ist unvereinbar mit der Eigenschaft als Nichthändler, mit der Übernahme von Depots von Fabriken oder großkapitalistischen Detailfilialgeschäften (z. B. Ablagen von Kaiser's Kaffeegeschäft, Chocolat Villars und dergl.)."

Verschiedene Genossenschaften schieben in zweifelhaften Fällen eine Probe- oder Wartezeit von einem Jahre ein, während welcher sie den „Kandidaten" im Sinne dieser Aufnahmeprinzipien beobachten.

Die aufgezählten Bestimmungen geben zu erkennen, daß die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften sich mit einer gewissen Exklusivität umgeben. Sie streben danach, die Vorteile, die sie bieten können, nur solchen Händlern zuzuleiten, welche dieselben infolge ihrer durch ökonomische Gesetze bedingten Unterlegenheit gegenüber dem Großbetrieb des Detailhandels zur Wiederherstellung ihrer Konkurrenzfähigkeit nötig haben. Die Aufnahmeprinzipien stellen aber noch weitere Grenzlinien auf: Der aufzunehmende Händler soll innerhalb seines Berufes als gelernter Arbeiter auftreten können und dazu nicht ausschließlich auf fremde Mittel angewiesen sein. Im großen und ganzen kann also eine Unterstreichung des Typus' der mittelständischen Privatwirtschaft festgestellt werden, welche auf dem harmonischen Zusammenwirken von eigener physischer und geistiger Arbeit einerseits und Kapitalkraft anderseits fundiert ist.

Die oben gekennzeichnete Aufnahmepolitik wird insbesondere von der UNION Olten scharf verfolgt. Im Gegensatz zu den meisten andern Spezereiwarenhändler-Einkaufsgesellschaften geht sie nicht auf Mitgliederwerbung aus. Sie will das Aufnahmegesuch des Kleinhändlers aus dessen ureigener Überlegung hervorgehen sehen, welche in der Einkaufsgesellschaft den für die Existenzmöglichkeit notwendigen Stützpfeiler erkennt. Diese Passivität verhilft den Spitzenorganen der Genossenschaft zu einer festen Stellung gegen-

über dem Heer der Mitglieder. Es ist dies ein wichtiger Faktor, denn nur einer mit Macht ausgerüsteten Zentralleitung wird es gelingen, die Menge der privaten Kleinhändler zur straffen Einhaltung der ausgegebenen Parole zu erziehen.

Der Gedankengang, welcher dieser strengen Zurückhaltung zu Grunde liegt, ist folgender: Durch ständige Steigerung der eigenen Leistungsfähigkeit und unter der Annahme, daß zweifellos auch die wirtschaftlichen Gegner der Kleinhändler sich in ähnlicher Weise bestreben werden, will die UNION einen Zustand herbeiführen, bei dem der kleine Detaillist ohne Einkaufsgesellschaft überhaupt nicht mehr wirtschaften kann. Natürlich denkt man nicht daran, alsbald bei diesem Punkte angelangt zu sein. Dazu ist vielleicht ein halbes Jahrhundert nötig. Durch Beibehaltung der heute geltenden Aufnahmebestimmungen wird es nach Eintritt der oben beschriebenen Sachlage im Machtbereich der Zentrale liegen, nur die Elite des Kleinhändlerstandes bei sich aufzunehmen. Ob dieser Plan, der auf die Fernhaltung der unqualifizierten Kraft vom Detailhandel und auf den Abbau der Überfüllung hinzielt, sich verwirklichen läßt, wird die Zukunft lehren. —

b) Gesellschaften mit örtlich beschränkter Mitgliederaufnahme.

Sie sind im In- und Auslande ausschließlich in der Textilwarenbranche zu finden. In der Schweiz bestehen zwei Zusammenschlüsse dieser Art: die Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten und die MERCERIE Schweiz. Engros-Einkaufsgenossenschaft in Oerlikon. Eine Erklärung der „örtlich beschränkten Mitgliederaufnahme“ gibt § 4 des Statuts der erstgenannten Genossenschaft:

„Unter Vorbehalt der Bestimmungen des Geschäftsreglementes darf ohne Einwilligung des betr. Mitgliedes, wenn dessen Umsatz, die Lage, Größe und Bevölkerungszahl der Ortschaft und Umgebung nicht eine Ausnahme bedingen, im Umkreis von 12 km, vom Domizil des betr. Mitgliedes aus gerechnet, kein Konkurrent als Mitglied aufgenommen werden. Das Minimum der Einwohnerzahl mit Umgebung, dessen Überschreitung weitere Aufnahmen gestattet, wird auf 12 000 festgesetzt.“

Ähnliche Normen hat die MERCERIE in § 4 ihrer Satzungen aufgestellt. Den Umkreisradius hat sie allerdings auf 6 km beschränkt. Ebenso hat die Bevölkerungslimite eine Reduktion auf 10 000 Einwohner pro aufzunehmendes Mitglied erfahren. (In Deutschland gibt es sogar Gesellschaften, welche auf 50 000 Einwohner berechnet nur einen Händler aufnehmen.) Natürlich kommen zu obigen Bestimmungen auch noch die Prinzipien, welche unter Ziffer 1a dieses Paragraphen erwähnt wurden.

Die zwei Oerlikoner Textilgesellschaften wollen ihren Mitgliedern innerhalb eines scharf umgrenzten Gebietes eine Art Monopolstellung verleihen, zwecks Sicherung eines genügenden Geschäftsertrages. Diese Rayonnierung zeitigt unter der Herrschaft der Handels- und Gewerbefreiheit nicht immer die gewünschten Wirkungen; denn die Wahrscheinlichkeit ist groß, daß die ausgeschlossenen Händler sich ebenfalls zu einer Einkaufsgesellschaft vereinigen. In der Regel schließen sich zuerst die kapitalkräftigsten Händler zusammen. Nach ihnen kommen ihre nächstuntern Konkurrenten usw. In der Schweiz läßt sich diese Erscheinung weniger deutlich beobachten als z. B. in Deutschland, wo es derartige Stufenfolgen mit drei bis vier Gliedern gibt. Eine zweckmäßige Reform der Aufnahmebedingungen wäre in solchen Fällen ohne Zweifel erwünscht im Interesse aller organisationswilligen Händler des betr. Geschäftszweiges. —

2. Die Beendigung der Mitgliedschaft.

Der Beendigung der Mitgliedschaft können drei verschiedene Motive zu Grunde liegen: der freiwillige Austritt, der Ausschluß und der Tod des Mitgliedes.

a) Der freiwillige Austritt.

Mit Ausnahme der UNION Olten lassen die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz den freiwilligen Austritt nur auf Ende des Geschäfts- oder Kalenderjahres und

unter Beobachtung einer drei- bis sechsmonatlichen Kündigungsfrist zu. Damit schließt man die Möglichkeit einer plötzlichen Fahnenflucht der Mitglieder aus. Die UNION ist der Ansicht, daß ein Händler, dem es in der Genossenschaft nicht mehr gefällt, in kürzester Zeit frei werden soll. Die Kündigung kann auf Ende jedes Monats eingereicht werden. Die Mitgliedschaft erlischt nach Erfüllung aller Verbindlichkeiten gegenüber der Gesellschaft.

Eine Art Austritt entsteht auch durch die Auflösung der Genossenschaft. Die Bestimmungen betr. die Liquidation sind den Normen des Obligationenrechtes angepaßt. Als entscheidendes Organ gilt in diesem Falle überall die Generalversammlung. Die UNION kennt auch die Auflösung durch Urabstimmung.

b) Der Ausschluß.

Der Verwaltungsrat ist befugt, Mitglieder auszuschließen, wenn dringende Gründe dies rechtfertigen. Als solche gelten insbesondere: unlauteres Geschäftsgebaren, Zuwiderhandlung gegen Statuten und Reglemente, wiederholte Zahlungssäumigkeit, Verletzung der Interessen der Gesellschaft, Verlust der bürgerlichen Ehren und Rechte, Konkurs, Umgehung der Gesellschaft mit Einkäufen während eines Jahres ohne Grundangabe, Aufgabe des Geschäfts ohne Übernahme eines andern vor Ablauf eines Jahres.

c) Tod des Mitgliedes.

Art. 808 des Entwurfs zum neuen Obligationenrecht stellt folgende Normen auf:

„Die Mitgliedschaft erlischt mit dem Tode des Genossenschafters. Die Statuten können jedoch bestimmen, daß die gesetzlichen oder eingesetzten Erben oder einer unter mehreren Erben auf bloße Anzeige der erbrechtlichen Nachfolge hin an Stelle des verstorbenen Genossenschafters als Mitglied anzuerkennen seien.“

Mit zwei Ausnahmen wird diese Regelung von allen Einkaufsgesellschaften befolgt. Die Erben des Verstorbenen müssen sich innert 2—3 Monaten erklären, wenn sie mit dem ererbten Geschäft weiterhin bei der Genossenschaft bleiben wollen. Wird dies gewünscht, so genießen sie einige Erleichterungen beim Eintritt. Natürlich unterliegen sie ebenfalls den unter Ziffer 1a dieses Paragraphen gekennzeichneten Aufnahmeprinzipien. Bei Stillschweigen der Erben geht für sie nach Ablauf obiger Frist das erleichterte Eintrittsrecht verloren.

Eine Ausnahmestellung nehmen die zwei Einkaufsgenossenschaften der Textilbranche ein. Ihre statutarische Normierung zeigt deutlich eine Abschwenkung in der Richtung zur Aktiengesellschaft hin. § 5 der Satzungen beider Vereinigungen lautet:

„Der Tod hebt das Recht der Mitgliedschaft n i c h t auf, sondern es können die Erben des Verstorbenen an dessen Stelle treten."

Sind dieselben nicht gewillt, mit dem Geschäft weiterhin beim Zusammenschluß zu bleiben, so muß ein Austrittsgesuch eingereicht werden.

Nach positivem Recht ist diese Regelungsart zulässig. Der Kodifizierung des Entwurfes müßten die zwei Oerlikoner Gesellschaften eine allerdings bloß formelle Statutenrevision folgen lassen, da jener ja ausdrücklich sagt: Die Mitgliedschaft *erlischt* mit dem Tode des Genossenschafters. —

IV. Kapitel.

Die finanzielle Struktur der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften.

§ 10. Die eigenen Mittel.

Gerstner[1]) bezeichnet als *eigene Mittel* (oder Reinvermögen) *„die Differenz, die sich ergibt, wenn nach Abzug der fremden Mittel von den Aktiven ein Überschuß an Aktivabestandteilen bleibt"*. Bei der Genossenschaft zerfallen die eigenen Mittel in: Anteilscheinvermögen, Reserven und Vortrag auf neue Rechnung.

1. Das Anteilscheinvermögen.

Das genossenschaftliche Anteilscheinkapital ist im Gegensatz zum Aktienkapital keine statutarisch festgesetzte Größe. Es wird gebildet durch die einbezahlten Anteile der Genossenschaftsmitglieder und soll der Gesellschaft zur Erfüllung ihrer Zweckbestimmung dienen. In der Bilanz erscheint das Anteilscheinkapital auf der Passivseite, ist jedoch keine Schuld, sondern eine durch bestimmte Aktivteile gebundene rechnerische Größe. Es stellt den Betrag gebundener Aktiva dar, der nach Erfüllung aller Schuldverpflichtungen zur Verteilung an die Genossenschafter übrig bleiben soll. Erst im Falle der Liquidation oder beim Austritt erhält der Anteilschein des Mitgliedes Forderungsqualität. Damit sind die drei möglichen Stadien des Anteilscheinkapitals dargelegt: Entstehung, Zweckerfüllung und Auflösung.

a) Entstehung.

Neben den in § 9 berührten Aufnahmebedingungen ist die Mitgliedschaft bei den schweiz. Einkaufsgenossenschaften regelmäßig mit der Übernahme einer oder mehrerer Anteil-

[1]) Vgl. Paul Gerstner, Bilanzanalyse, S. 147.

scheine verknüpft. Bei der Bemessung des Anteilbetrages finden drei verschiedene Methoden Anwendung:

Typus I: Bemessung des Anteils nach dem Wert der Warenbezüge pro Jahr: Diese Methode läßt sich am besten an Hand eines praktischen Beispiels erklären. Die UNION Olten verlangt von jedem Mitglied eine Minimalbeteiligung im Betrage von Fr. 500.—. Übersteigt der Wert der während eines Jahres durch die Zentrale bezogenen Waren die Summe von Fr. 10 000.—, so sind für je weitere Fr. 10 000.— oder Bruchteile davon Zusatzanteile von Fr. 250.— zu übernehmen. Also bei einer Verkehrsziffer bis zu Fr. 20 000.— total Fr. 750.—,

„ „ „ „ 30 000.— „ „ 1 000.—,
„ „ „ „ 40 000.— „ „ 1 250.—
usw.

Ähnlich verfahren die LIGA Basel, die Spezereihändler-E.-G. Zürich, das Vereinssortiment Olten und die E. G. des Verbandes schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel.

Typus II: Sukzessive Erhöhung des Anteils durch Anhäufung der Rückvergütungen und der Zinsen. Beispiel: Die obligatorische Anteilübernahme beim Eintritt in die Gesellschaft schweiz. Manufakturisten in Oerlikon beläuft sich auf Fr. 5000.—. Die Zinsen von obigem Kapital und allfällige Rückvergütungen werden den Genossenschaftern nicht ausbezahlt, sondern ihnen in einem sog. Separat- oder Sammelfonds gutgeschrieben. Letzterer darf nicht zur Deckung von Betriebsdefiziten verwendet werden. Sobald der Anteil eines Mitgliedes am Separatfonds auf Fr. 1000.— angestiegen ist, wird dieser Betrag dem eigentlichen Anteilscheinkapital einverleibt durch Ausstellung der entsprechenden Urkunde. In diesem Sinne geht es weiter, bis die Beteiligungssumme eines Genossenschafters die Höhe von Fr. 30 000.— erreicht hat. Von diesem Momente an werden sowohl Zins als auch Rückvergütung bar ausbezahlt oder in Kontokorrent gutgeschrieben, sofern das Mitglied nicht die Umwandlung in Obligationen wünscht. In ähnlicher Weise gehen folgende Zusammenschlüsse vor: MERCERIE Oerlikon (Steigerung des Anteils von Fr. 1000.— bis

zur Höchstgrenze von Fr. 9000.—); Schweiz. Handelsgesellschaft Oerlikon (anfänglicher Pflichtanteil Fr. 500.—, Steigerung bis zu Fr. 5000.—); Kolonial E. G. Burgdorf (Anteilübernahme bei Eintritt Fr. 200.—, Höchstgrenze je nach Warenbezügen pro Jahr). Dem unter Typus II beschriebenen System liegt der Gedanke zu Grunde, auf eine für die Mitglieder möglichst schonende Art die notwendigen Betriebsmittel einzuholen.

Typus III: Einzahlung einer stets gleichbleibenden Garantiesumme: Gesellschaften, welche nur den sog. Vertragsverkehr pflegen, benötigen an Stelle des umlaufenden Betriebskapitals einen greifbaren Garantiefonds. Dieser besteht aus den durch die Genossenschafter einzubezahlenden Garantiehinterlagen. Zur Illustration dieser Einrichtung diene Art. 18 der Statuten der UTO E.V.K. Zürich:

„Bei Aufnahme in die Genossenschaft hat jedes Mitglied Fr. 500.— als Garantie für seine eigenen Bezüge zu hinterlegen. Auf Wunsch des eintretenden Mitgliedes kann dieser Betrag in Raten entrichtet werden, jedoch so, daß bei der Eintrittserklärung mindestens Fr. 300.— und der Rest innert eines Jahres, vom Eintrittstage an gerechnet, bezahlt werden. Diese Hinterlage wird bei der Bank, durch welche der Zahlungsverkehr geht, angelegt und dem Zahler nach Maßgabe des laufenden Bankzinses verzinst."

Das Depositum des Genossenschafters wird erst angegriffen, wenn er seinen finanziellen Verpflichtungen gegenüber der Gesellschaft nicht mehr nachkommt[2]). —

b) Zweckerfüllung.

Das Anteilscheinkapital wird von den Einkaufsgesellschaften in der Hauptsache als Betriebskapital verwendet. In Immobiliarwerte umgewandelt findet es sich nur dort, wo der Betriebsmittelfonds nicht schon alles vorweggenommen hat. Der Grund zu diesem Vorgehen ist ein offensichtlicher: Man hält sich, falls neben den eigenen Mitteln Bankkredit in Anspruch genommen werden muß, wo immer möglich an den

[2]) Das Institut „Vertragsverkehr" wird eingehend behandelt in § 14.

Hypothekarkredit und versucht den teuren Kontokorrentkredit zu umgehen. —

c) Auflösung.

Die universelle Liquidation des Anteilscheinkapitals und des übrigen Vermögens (Gründe: freiwilliger Generalversammlungsbeschluß oder Konkurs) erfolgt, einige unbedeutende Besonderheiten vorbehalten, nach den Regeln des Gesetzes. Da den Gläubigern durchwegs nur der Zugriff auf das Gesellschaftsvermögen offen steht, enthalten die Satzungsartikel betr. die Auflösung der Gesellschaft keine bemerkenswerten Normen.

Die vereinzelte Rückzahlung von Anteilen infolge Beendigung der Mitgliedschaft gestaltet sich nach folgenden Grundsätzen:

Alle Gesellschaften (mit Ausnahme der UNION Olten) zahlen die Anteile frühestens nach Genehmigung der Jahresrechnung durch die Generalversammlung zurück. Dadurch hat man es in der Hand, die ausscheidenden Mitglieder an den Folgen einer allfälligen Unterbilanz zu beteiligen. Auch schließt man damit die sofortige Nachwirkung einer Massenflucht der Mitglieder aus. Die drei Oerlikoner Gesellschaften geben das einbezahlte Kapital sogar erst auf Ende des dem Austritt folgenden Jahres heraus. Selbstverständlich wird es in der Zwischenzeit verzinst.

Die UNION hingegen dringt wiederum auf eine rasche Erledigung aller Austrittsformalitäten und nimmt die Rückzahlung der Anteile schon drei Monate nach erfolgter Austrittserklärung vor. Der quotale Anspruch des ausscheidenden Mitgliedes auf das Jahresergebnis kann natürlich erst nach Genehmigung der Jahresrechnung befriedigt werden. Welches Verfahren in Verlustjahren angewendet wird, darüber spricht sich das Statut nicht aus. Es gelten demnach die gesetzlichen Vorschriften. In Anwendung von Art. 826 des 1919er Entwurfes zum neuen Obligationenrecht darf gesagt werden, daß eine Belangung des ausgeschiedenen Gesellschafters nur dann möglich ist, wenn die Genossenschaft innerhalb eines Jahres

seit dem Austritt in Konkurs gerät. Immerhin erstreckt sich die Haftbarkeit nicht auf Verbindlichkeiten, die nach seinem Ausscheiden entstanden sind. Auch geht sie nicht über den Rahmen des zurückbezahlten Anteils hinaus.

Folgende Vorschriften sind den Statuten aller Einkaufsgenossenschaften eigen: Der ausscheidende Genossenschafter hat keinerlei Anrecht am anderweitigen Vermögen der Gesellschaft. Die Anzahl der erworbenen Anteilscheine beeinflußt das Stimmrecht des Inhabers nicht. Die Anteile sind, Übergang durch Erbschaft vorbehalten, nicht übertragbar. —

2. Die Reserven.

Die Reserven sind Kapitalbeträge, die als eigene Zusatzkapitalien über den buchgemäßen Betrag des Anteilscheinkapitals hinausgehen. Die Anlegung von Reserven ist ein Gebot wirtschaftlicher Vorsicht. Solange ein Geschäftsbetrieb Gewinnüberschüsse abwirft, soll ein bestimmter Teil davon zur Äufnung des sog. Reservefonds verwendet werden, auf daß im Falle der Not nicht sogleich das Anteilscheinkapital angegriffen werden muß.

Die Zweckbestimmung der Reserven kann zweifacher Art sein. Entweder dienen die Rückstellungen zur Deckung unvorhergesehener Verluste. In diesem Falle handelt es sich um sog. Verlustreserven. Es werden aber auch Reserven angelegt zur Deckung von Ausgaben, über deren Umfang und Zeitpunkt der Entstehung man mehr oder weniger sichere Prognosen aufstellen kann. Reservestellungen dieser Art präsentieren sich etwa unter den Namen: Pensionsfonds, Erneuerungsfonds, Kriegssteuerreserve und dergl. Gerstner gibt ihnen die Benennung „Ausgabenreserven".

a) Die Verlustreserven.

Das geltende Recht unterläßt es, die Genossenschaften zur Anlegung von Reserven zu verpflichten. Der Entwurf zur Revision des Obligationenrechts will diese Lücke durch folgende zweckmäßige Bestimmung (Art. 817) ausfüllen:

„Bestehen Genossenschaftsanteile, so ist vom Reingewinn jedes Jahr vor Entrichtung einer Dividende an die Genossenschaftsanteile in allen Fällen ein Zwanzigstel einem allgemeinen Reservefonds zuzuweisen, bis dieser Fonds den zehnten Teil des Betrages der Anteile erreicht hat."

Die meisten Gesellschaften gehen noch weiter und äufnen ihren Reservefonds bis zu 25, 50 und mehr Prozent des Stammkapitals. Wie sich in Wirklichkeit das Verhältnis zwischen Anteilscheinkapital und Reserven ausnimmt, veranschaulicht folgende Tabelle:

Name der Genossenschaft	Jährliche Reservestellung in % des Reingewinns	Reservefonds in % des Anteilscheinkapitals
UNION Olten	15	13
K. E. G. Burgdorf	10	10
Liga Basel	10	6
Spez.-Händler E. G. Zürich . .	20	40
S. H. G. Oerlikon	10	10
UTO Zürich	?	18
Société de l'Epicerie Genève . .	?	Keine Reserven
Union des Epiciers Genève . .	?	Keine Reserven
Ges. Schweiz. Manuf. Oerlikon .	20	11
MERCERIE Oerlikon	20	10
Vereinssortiment Olten . . .	10	33
Elektro-E.V. Bern	10	Noch keine Reserven
E. G. der Tap.- u. Möbelgesch. Basel	20	152

Aus diesen Zahlen geht hervor, daß es der Mehrzahl der obengenannten Einkaufsgenossenschaften nicht besonders schwer fallen wird, dem zukünftigen Art. 817 O. R. Genüge zu leisten. Zu den offenen Rückstellungen stoßen überall noch ansehnliche stille Reserven. Wie Erkundigungen ergaben, übertreffen letztere die erstern bei verschiedenen Gesellschaften.

Als weitere Quelle zur Äufnung des Reservefonds kommen die Eintrittsgelder in Frage. Die Erhebung von solchen fußt auf folgender Überlegung: Das eintretende Mitglied er-

wirbt im Momente des vollzogenen Eintritts das Recht auf einen Liquidationsanteil an dem über das Stammkapital hinausgehenden Gesellschaftsvermögen. Da die alten Mitglieder es waren, welche diesen Fonds mit eigenen Opfern schufen, ist es verständlich, daß sie dem Neumitglied das obengenannte Recht nicht unentgeltlich und unter Verkürzung des eigenen Anspruchs zugestehen wollen. Für die Stabilhaltung des Kopfanteils vor und nach dem Eintritt gibt es nur eine folgerichtige Lösung: Der Inkorporierte zahlt zum voraus einen Betrag ein, der ungefähr gleich groß ist wie die Quote, welche jedem alten Mitglied zukäme, wenn zur Zeit des Eintritts die Gesellschaft liquidiert würde. Unsere Einkaufsgenossenschaften gehen denn tatsächlich auch nach dieser Regel vor. Jedes Jahr wird die Eintrittstaxe neu festgelegt. Zu deren Berechnung zieht man, weil die stillen Reserven nicht genau bestimmbar sind, nur die offenen Rückstellungen heran. Es ergibt sich folgende Formel:

$$\text{Eintrittsgeld} = \frac{\text{Reservefonds}}{\text{Mitgliederzahl}}$$

So stellt sich z. B. die gegenwärtige Eintrittsgebühr der UNION Olten auf Fr. 75.—.

Logischerweise müßte der Liquidationsanteil bei Beendigung der Mitgliedschaft auch wieder rückvergütet werden, was jedoch nirgends der Fall ist. Jeder Anspruch des Ausscheidenden auf das Gesellschaftsvermögen ist statutarisch ausgeschlossen. Noch mehr: Die UNION Olten und die Schweiz. Handelsgesellschaft in Oerlikon verlangen unter gewissen Umständen sogar ein Austrittsgeld. Mit einem solchen werden diejenigen Mitglieder belastet, welche austreten und ihr Geschäft trotzdem weiter betreiben. Dieser Abzug, der rein „fiskalischer" Natur ist, beläuft sich bei der UNION Olten auf 20% und bei der S. H. G. Oerlikon auf Fr. 200.— von der allfälligen Gutschrift des Anteils am Jahresergebnis.

Weiterhin werden die Verlust-, wie auch die Ausgaben-Reserven etwa noch gespeist durch Gewinne, die nicht aus dem Warenverkehr herrühren. —

b) Die Ausgabenreserven.

Als Ausgabenreserven kommen in Betracht:

Wohlfahrts- und Pensionsfonds für die Angestellten: Die UNION Olten verfügt über einen Pensionsfonds im Betrage von Fr. 120 000; die E. G. des Verbandes schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel hat den ihrigen auf den Stand von Fr. 60 000 gebracht.

Stipendienfonds: Einen solchen besitzt die Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten in Oerlikon. § 11 der Statuten gibt Aufschluß über dessen Zweckbestimmung:

„Solange der Stipendienfonds mindestens Fr. 10 000.— beträgt, können auf Antrag des Verwaltungsrates Angestellte und Lehrlinge der Genossenschaft aus diesem Fonds unterstützt werden zum Zwecke des Besuchs von Webschulen, Dekorationsschulen oder andern die berufliche Bildung fördernden Lehranstalten."

(Obige Institutionen mögen ebenfalls als Anzeichen dafür dienen, daß der vielgeschmähte alte Krämergeist im Weichen begriffen ist.)

Sterbekassefonds: Eine derartige Einrichtung hat die E.G. der Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel geschaffen. Den Angehörigen eines verstorbenen Mitgliedes wird daraus ein einmaliges Sterbegeld im Betrage von Fr. 300.— ausbezahlt.

Propagandafonds: Einen solchen äufnet die UTO E.V.K. Zürich zwecks Finanzierung gemeinschaftlicher Reklameaktionen.

Die obengenannten Ausgabenreserven werden teils als abgesonderte Stiftungen verwaltet, verlieren allerdings dadurch die Eigenschaften der „eigenen Mittel", teils erscheinen sie in der Bilanz auf der Passivseite und sind wiederum durch bestimmte Teile der Aktiven gedeckt. —

3. Der Vortrag auf neue Rechnung.

Der dritte Posten, der in der Bilanz (nach vollendeter Verteilung des Reingewinns) als zu den eigenen Mitteln gehörend

in Frage kommt, ist der Saldovortrag auf neue Rechnung. Der Geschäftsertrag wird in der Regel nicht vollständig zur Auszahlung von Dividenden und zu Reservestellungen verwendet. Ein gewisser Teil davon tritt als Grundstock für den zukünftigen Geschäftsverkehr in das neue Geschäftsjahr hinüber. Buchhalterisch ist der Vortrag auf neue Rechnung die rechnerische Differenz zwischen Aktiv- und Passivposten. —

Zum Schlusse sei festgestellt, daß bei der Mehrzahl der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz das Betriebskapital reichlich mit eigenen Mitteln ausgestattet ist.[3]) Diese Erscheinung verleiht ihnen eine solide Grundlage, auf welcher sich viel leichter bauen läßt als auf einem stark von fremden Mitteln durchsetzten Boden. —

§ 11. Die fremden Mittel.

Als *fremde Mittel* bezeichnet Gerstner[1]) *„rechtliche und wirtschaftliche Verpflichtungen. Sie decken sich mit dem rechtlichen Begriff Schulden, der aber von dem engeren buchmäßigen Begriff Schulden im kaufmännischen Sinne (Warenschulden oder Kreditoren) scharf zu scheiden ist."*

1. Buchschulden.

Unter Buchschulden sind alle jene Verbindlichkeiten zu verstehen, die aus dem Verkehr mit Lieferanten, Banken und andern Gläubigern hervorgehen.

a) Ungedeckte Buchschulden.

Als solche kommen hauptsächlich Verbindlichkeiten in Betracht, welche durch den Bezug von Waren entstehen. Sie er-

[3]) Die Diskretionsvorschriften verschiedener Einkaufsgesellschaften lassen die detaillierte Wiedergabe des Verhältnisses „Eigene Mittel : Fremde Mittel" nicht zu. Die summarische Angabe kann naturgemäß nur halb befriedigen. Dennoch sei bemerkt, daß das obengenannte Verhältnis von Genossenschaft zu Genossenschaft variiert und zwar zwischen1 : 2 und 1 : 4.

[1]) Gerstner, Bilanzanalyse, S. 137.

scheinen in der Bilanz gewöhnlich unter dem Namen „Kreditoren“ und sind zumeist kurzfristiger Natur. In den Bilanzen der in Rede stehenden Einkaufsgesellschaften halten sich die „Kreditoren“ und der gleichfristige Aktivposten „Debitoren“ überall annähernd die Wage, was auf die Zahlungsbereitschaft einen günstigen Einfluß ausübt.

b) Gedeckte Buchschulden.

Hiebei handelt es sich gewöhnlich um kurzfristige Darlehen von Banken und andern Geldgebern. Nur ganz wenige Gesellschaften sind genötigt, Kredite dieser Art in Anspruch zu nehmen. Die Betriebsmittel, welche durch die Gesellschafter gestellt werden (Anteilschein- und Obligationenkapital), genügen bei der Mehrzahl der Einkaufsgenossenschaften zur Durchführung der gemeinsamen Einkäufe. —

2. Briefschulden.

Gerstner[2]) versteht darunter „Schulden, die in förmlichen Urkunden ihren Ausdruck finden.“

a) Anleihen durch Ausgabe von Obligationen.

Die Obligation ist eine Urkunde, in welcher dem Berechtigten für ein Gelddarlehen sowohl dessen Rückerstattung als auch ein bestimmtes Zinserträgnis zugesichert wird.

Einige wenige Zusammenschlüsse (UTO E.V.K. Zürich, Schweiz. Velohändlerverband Olten, Société de l'Epicerie Genève, Union des Epiciers Genève) ausgenommen, emittieren alle genossenschaftlich organisierten Einkaufsgesellschaften der Schweiz Obligationen zur Ergänzung der Betriebsmittel. Es kommen jedoch nicht fest umgrenzte Anleihen in Frage. Obligationen werden dann ausgegeben, wenn sich ein Bedürfnis zur Erhöhung des Betriebsmittelfonds geltend macht. Bezüglich des Umfangs der realisierten Obligationenanleihen wird auf die §§ 4 und 5 verwiesen.

[2]) Gerstner, Bilanzanalyse, S. 140.

Eine Sonderstellung nimmt das Prämienobligationenanleihen der UNION Olten ein. Dem Wort „Prämienobligation" haftet oft ein etwas unreiner Klang an. Eine kurze Beschreibung der Entstehung dieses Anleihens gibt aber zu erkennen, daß dasselbe auf einer soliden Basis ruht.

Dem 1921 gefaßten Beschluß der UNION-Mitglieder, ihrer Einkaufszentrale ein allen Anforderungen genügendes Lagerhaus zur Verfügung zu stellen, mußte die Aufstellung eines finanziellen Planes folgen. Der Betrag der bereitzustellenden Mittel belief sich auf ca. 1 Million Franken. Man lehnte jedoch die Hilfe der Banken ab und wandelte die von den Vertragslieferanten gewährten Umsatzprämien des Jahres 1921, anstatt sie zu verteilen, in Baukapital um. An Stelle der Rückvergütung erhielten die Mitglieder 5%ige Grundpfandscheine. Ohne die Genossenschafter durch Einforderung direkter Beiträge zu belasten, konnten durch obige Operation drei Vierteile der notwendigen Bausumme beschafft werden. Freiwillige Zeichnungen sicherten den Rest. Nach der Vollendung des Lagerhausbaues erhob sich das Problem: Wie soll die Bauschuld getilgt werden? Die Zinsenlast von Fr. 50 000 plus die geplante jährliche Amortisationsquote von ca. Fr. 30 000 wollte den Genossenschaftern nicht recht behagen. Die von ungefähr 800 Mitgliedern besuchte Generalversammlung vom 24. September 1923 beschloß deshalb einstimmig die Umwandlung der Grundpfandscheine in zinslose Prämienobligationen. Es wurden hierauf 10 000 Inhaberprämienobligationen à Fr. 100.— (insgesamt 1 Million Fr.) emittiert und gegen die Grundpfandscheine eingetauscht. Die mit Prämien ausgestattete Rückzahlung gestaltet sich nach folgendem Plan:

Jährliche Amortisationsquote = Fr. 32 100.

200	Titel	werden	zurückbezahlt	mit	je	Fr.	100.—	=	Fr. 20 000.—
100	„	„	„	„	„	„	125.—	=	„ 12 500.—
10	„	„	„	„	„	„	250.—	=	„ 2 500.—
5	„	„	„	„	„	„	500.—	=	„ 2 500.—
5	„	„	„	„	„	„	1000.—	=	„ 5 000.—
1	„	wird	„	„		„	2500.—	=	„ 2 500.—
321	„	werden	jährlich	amortisiert				=	Fr. 45 000.—

Der Aufwand von Fr. 45 000 stellt nicht einmal ein Promille des Gesamtumsatzes dar und kann deshalb ohne besondere Schwierigkeiten herausgewirtschaftet werden. Die Rückzahlung von 321 Titeln pro Jahr macht es möglich, daß nach 31 Jahren das Lagerhaus schuldenfrei dasteht. —

b) Briefschulden aus Wechselverpflichtungen.

In den Bilanzen der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz sucht man vergebens nach einer Position „Schuldwechsel" oder „Tratten". Der Grund zu dieser Erscheinung ist nicht etwa in der Anwendung einer schleierhaften Bilanztechnik zu suchen, sondern im prompten Zahlungsverkehr. Jede Schuld wird pünktlich beglichen. Der Lieferant unterläßt es deshalb schon aus Höflichkeitsgründen, auf die Einkaufszentrale zu trassieren. Einige der größern Zusammenschlüsse sind sogar in der Lage, stets Barzahlung anzubieten, welche Gelegenheit speziell von Industriellen gerne ausgenützt wird. —

c) Briefschulden auf hypothekarischer Grundlage.

Mit Ausnahme der UNION Olten und der Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten in Oerlikon mußten alle Vereinigungen, welche über eigene Lagerräumlichkeiten verfügen, Hypothekarkredit in Anspruch nehmen. Typische, durch den Hypothekarschuldner hervorgerufene Momente lassen sich nirgends feststellen. Eine allgemeine Behandlung dieser Kreditform erscheint im Rahmen dieser Arbeit als überflüssig. —

Überblickt man die Ausführungen dieses Paragraphen, so muß der vom kaufmännischen Mittelstand auf die Einkaufsgesellschaften übertragene Trieb zur Selbständigkeit und Solidität deutlich in die Augen springen. —

V. Kapitel.

Der gemeinschaftliche Einkauf.

Vorbemerkung: Es bedarf wohl keiner besonderen Begründung, daß die Einkaufsgesellschaften ihre Aufmerksamkeit in allererster Linie der Organisation des gemeinsamen Einkaufs widmen müssen. Die Faktoren, welche diese wirtschaftstechnische Seite der Händlerzusammenschlüsse beeinflussen, sind verschiedener Art: Branchezugehörigkeit, räumliche Ausdehnung, Mitgliederzahl, rechtliche und wirtschaftliche Organisation der Vereinigung, Transportverhältnisse, Frachtsätze, Preispolitik der Lieferanten u. a. Aus dem auf die gegebenen Verhältnisse zugespitzten Anpassungsbestreben der Einkaufsgesellschaften haben sich nach und nach die 4 im folgenden behandelten Warenvermittlungsmethoden herauskristallisiert.

§ 12. Der gemeinsame Auftrag.

Dieser Einkaufsmodus findet in der Schweiz nur bei kleinen Lokalgesellschaften Anwendung. Meines Wissens bedienen sich seiner die Vereinigung von Mitgliedern der UNION Olten in Lausanne, die Union des Epiciers in Genf, die Société de l'Epicerie in Genf und die kleinen Textildetaillistengruppen. Die Abwicklung zerfällt in vier Teile: Einholung der Offerten, Bekanntmachung der Angebote und Einsammlung der Aufträge, Sammelbestellung beim Lieferanten und Verteilung der Waren.

1. Einholung der Offerten.

Der Beauftragte setzt sich mit den einschlägigen Fabrikations- und Großhandelsfirmen in Verbindung und läßt sich von ihnen Spezialofferten zusenden. Gewöhnlich sind auch die Mitglieder gehalten, falls sie in den Besitz von besonders vorteilhaften Angeboten gelangen, diese der Einkaufsstelle zur Verfügung zu stellen. Meistens bleibt jedoch obiger Vorschrift

die praktische Auswirkung versagt. Nur bei wenigen Händlern ist das Solidaritätsgefühl derart ausgeprägt, daß es ihre Eigenliebe zu überwinden vermag und sie veranlaßt, auch die Berufsgenossen an der günstigen Gelegenheit partizipieren zu lassen. —

2. Bekanntmachung der Angebote und Einsammlung der Aufträge.

Nach erfolgter Arbitrage werden die mit Vorschlägen versehenen Offerten den Mitgliedern unterbreitet. Dabei bedient man sich verschiedener Mittel. So veranstalten z. B. die Lausanner Gruppe von Mitgliedern der UNION Olten, die Union des Epiciers Genf und die Société de l'Epicerie Genf jede Woche oder alle vierzehn Tage eine sog. Einkaufsversammlung. Die vorliegenden Angebote werden dort gemeinsam besprochen, und jeder Teilnehmer gibt hierauf dem Geschäftsführer das Quantum an, das er von der betr. Warengattung benötigt.

Über den Wert dieser Einkaufszusammenkünfte kann man geteilter Meinung sein. Gegen sie spricht die ihnen anhaftende Schwerfälligkeit, welche mit der heutigen Raschheit des Verkehrs nicht im richtigen Einklang steht. Zu ihrer Rechtfertigung kann gesagt werden, daß sie die Mitglieder zur Gemeinschaftsarbeit erzieht. Auf minder geschäftsgewandte Händler üben die Verhandlungen über Offerten, Marktlage, Frachtverhältnisse, Absatztechnik usw. eine bildende Wirkung aus. Endlich lassen sich die Aufträge auf eine sehr bequeme Art und Weise erteilen.

Als weiteres Mittel zur Bekanntmachung der Angebote und zur Hereinholung der Aufträge kommt die mündliche oder schriftliche Rundfrage in Betracht. —

3. Sammelbestellung beim Lieferanten.

Nach beendigter Einkaufsversammlung oder nach Ablauf der Frist zur Einsendung der Aufträge klassifiziert der Beauftragte die eingegangenen Bestellungen nach Warenarten und Bezugsquellen. Hierauf leitet er sie in Form von Sammelaufträgen an die Lieferanten weiter. —

4. Die Verteilung der Waren.

Nach Ankunft der bestellten Waren beim Adressaten (gewöhnlich der Geschäftsführer) nimmt dieser sofort die Verteilung vor. Der Verteilungsmodus hat sich nach den eingegangenen Aufträgen zu richten. Die einzelnen Besteller sind selbstredend verpflichtet, die verlangte Ware anzunehmen, sofern nicht irgend ein triftiger Grund die gesamthafte Rückweisung der Sendung rechtfertigt.

Parallel zur Verteilung der gemeinsam bezogenen Produkte geht auch die Zerlegung des Fakturabetrages vor sich. Das Konto jedes Mitbezügers wird mit dem entsprechenden Anteil an der Sammelrechnung belastet. Das Verfalldatum dieser Parten liegt in der Regel drei bis fünf Tage v o r demjenigen der Gesamtschuld. Die Zwischenfrist ist eine notwendige Schutzmaßnahme für den Geschäftsführer. Er muß genügend Zeit zur Verfügung haben zum Einzug von Faktura-Anteilen bei Zahlungssäumigen und zur Anordnung der Kollektivzahlung. Letztere vollendet die Abwicklung des betr. Einkaufsgeschäfts. —

Wie schon bemerkt, findet der gemeinsame Auftrag nur bei kleinen Lokalvereinigungen Anwendung. Er eignet sich auch nur für solche. Trotz der verschiedenen guten Wirkungen muß diese Einkaufsart als primitiv bezeichnet werden. Insbesondere drei M ä n g e l lassen ihr die Vollwertigkeit absprechen: Das Fehlen des kontinuierlichen Betriebs, die starke Abhängigkeit des Beauftragten vom Willen seiner Auftraggeber und das Nichtvorhandensein eines ständigen Warenlagers.

Diese Mängel lassen sich nicht ohne weiteres beseitigen. Die hauptamtliche Anstellung eines branchekundigen Geschäftsführers und die Einrichtung von Lagerräumlichkeiten können hinsichtlich Wirtschaftlichkeit erst dann verantwortet werden, wenn die Mitgliederzahl und damit auch die Verkehrsziffer eine bestimmte Höhe erreicht haben. Ohne diese Voraussetzungen würde die durch obige Reformen hervorgerufene Spesenvermehrung die Warenpreise allzu stark belasten. Bezüglich der Anlegung eines ständigen Warenlagers

ist zu sagen, daß den leitenden Organen vorher genügende Betriebsmittel zur Verfügung gestellt werden müssen. Diese Umstellungen ziehen gewöhnlich auch eine rechtliche Neuorganisation des Zusammenschlusses nach sich. Erst wenn den genannten Anforderungen Genüge geleistet ist, wird die Einkaufsgesellschaft mit Erfolg als Selbstkäuferin auf dem Markte auftreten und den Mitgliedern greifbare Beweise ihrer Leistungsfähigkeit geben können. —

§ 13. Die Einkaufsgesellschaft als Selbstkäuferin (Lagerverkehr).

Je mehr ein händlerischer Einkaufszusammenschluß an Mitgliedern und räumlicher Ausdehnung zunimmt, desto schwerfälliger gestaltet sich die Warenvermittlung auf Grund gemeinschaftlicher Aufträge. Früher oder später wird die Vereinigung zu einer Einkaufsmethode höherer Ordnung übergehen müssen, wenn die Weiterentwicklung nicht gelähmt werden soll. Die gedanklich am nächsten liegende Einkaufsart ist der selbständige Einkauf durch die Gesellschaft. *Wo die Einkaufszentrale als Selbstkäuferin auftritt, disponiert sie auf eigene Rechnung und Gefahr, ohne daß die Mitglieder zum voraus ihren bestimmten Anteil an dem in Frage stehenden Abschluß angeben.* Sie wird dadurch zum eigentlichen Großhändler und tritt den Genossenschaftern nunmehr als Drittperson gegenüber. Beim Übergang zu diesem Einkaufsmodus sind naturgemäß die am Schlusse des § 12 statuierten Vorbedingungen zu erfüllen: Wirtschaftliche und rechtliche Verankerung der Gesellschaft.

Bei Aufstellung der Liste der durch Selbsteinkauf zu vermittelnden Waren muß vor allem Rücksicht genommen werden auf eine Eigenart des Marktes für inländische Fabrikate und auf die durch sie geschaffene Sachlage. Letztere läßt sich folgendermaßen umschreiben:

Die Möglichkeit, mit dem Einzelhandel des Inlandes in einer bequemen Art und Weise zu verkehren, hat die Mehrzahl der Industriellen dazu veranlaßt, ihre Fabrikate den inländi-

schen Detailverkaufsstellen unter Umgehung des Großhandels direkt zuzuführen. Aus dieser Abkürzung des Verteilungsprozesses profitieren sowohl der Produzent, der Detaillist als auch der letzte Verbraucher. Selbstverständlich hat der Fabrikant auch seine Preisskala dieser Verkehrsart angepaßt. Dieselbe enthält in der Regel Spezialpreise für Großabnehmer (z. B. Warenhäuser, Filialgeschäfte usw.) und Ansätze für Mittel- und Kleinbetriebe des Einzelhandels. Aus jenen Großabnehmerpreisen kann aber erfahrungsgemäß nur das Detail-Handelshaus einen wirklichen Profit erzielen. Die Transport-, Einlagerungs-, Unterhalts-, Verwaltungs- und Reexpeditionskosten, mit welchen der Grossist bei seiner Vermittlungstätigkeit rechnen muß, sind vielfach höher als die Marge zwischen dem Preis für Großabnehmer und dem Ansatz, den der Fabrikant im Verkehr mit mittleren und kleinen Detaillisten anwendet. Der Großhändler wird deshalb die betr. Ware nur dann an den Kleinhändler absetzen können, wenn diesem der direkte Weg zum Produzenten versperrt ist, oder wenn ihm der Grossist die Ware zufolge eines Abhängigkeitsverhältnisses aufzwingen kann.

Die als Selbstkäuferin auftretende Einkaufsgesellschaft wird also vom Einkauf derjenigen Erzeugnisse absehen müssen, die sie ihren Mitgliedern trotz der zusammengeschlossenen Kaufkräfte nicht unter den Preissätzen vermitteln kann, welche der Industrielle im direkten Verkehr mit dem Kleinhändler anwendet. Man hat jedoch für die vom Selbsteinkauf ausgeschlossenen Waren gleichwohl eine Vermittlungsart gefunden, die dem Kleinhändler ähnliche Vergünstigungen verschafft, wie sie der Großbetrieb des Detailhandels genießt. Ich denke dabei an den sog. Vertragsverkehr, welcher in § 14 einer Spezialuntersuchung unterworfen wird. Ergänzend sei noch beigefügt, daß Erzeugnisse ausländischer Provenienz ausschließlich durch Selbsteinkauf vermittelt werden.

In der Schweiz kaufen folgende Einkaufsgesellschaften selbständig ein: UNION Olten, K. E. G. Burgdorf, LIGA Basel, Spezereihändler-E.-G. Zürich, S. H. G. Oerlikon, Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten Oerlikon, MERCERIE Oerlikon,

Schweiz. Vereinssortiment Olten, E.-G. des Verbandes Schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte Basel.

Die Beschreibung der Organisation des Selbsteinkaufs fußt hauptsächlich auf den Einrichtungen der UNION Olten, die sich auch in dieser Beziehung an die Spitze der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz gesetzt hat. Der technische Aufbau dieser Einkaufsart zerfällt in drei Teile: Durchführung des selbständigen Einkaufs, Einlagerung der eingekauften Waren und Organisation der Warenverteilung.

1. Die Durchführung des selbständigen Einkaufs.

Die mit der Vornahme der Einkäufe beauftragte Stelle — bei den großen Gesellschaften eine aus mehreren Angestellten bestehende Abteilung des Verwaltungsapparates — hat sich vor allem einer engen Fühlungnahme mit dem Markte und allen Erscheinungen des Transport- und Zollwesens zu befleißigen. Der Kontakt mit den Genossenschaftern wird via Verkaufsabteilung aufrechterhalten. Diese hat ihre Wahrnehmungen in konzentrierter Form dem Einkaufsbureau vorzulegen. Die eigentliche Aufgabe der Einkaufsstelle läßt sich folgendermaßen umschreiben: Bestimmte Mengen von nach Gattung und Qualität umschriebenen Waren sollen unter möglichst günstigen Bedingungen für die Gesellschaft erworben werden.

Die Wendung „möglichst günstige Bedingungen" ist natürlich relativer Natur. Das Optimum ist ein Spielball der ständig wechselnden Umstände. Weiterhin kann niemand mit Sicherheit behaupten, das von ihm errechnete Resultat sei wirklich das Optimum unter den zur Zeit der Vorkalkulation bestehenden Möglichkeiten. Das Ergebnis der Einkaufsarbitrage und die unbekannte Idealziffer werden nur in seltenen Fällen miteinander übereinstimmen. Der Grad der Abweichung richtet sich nach den Kenntnissen und Erfahrungen der mit dem Wareneinkaufe beauftragten Personen, nach der Qualität der Kalkulationsunterlagen und der zur Verfügung stehenden technischen Hilfsmittel.

Kenntnisse und Erfahrung lassen sich in ihrer Gebundenheit an das Individuum nicht durch organisatorische Maßnahmen steigern. Dem Einkäufer, der diese Eigenschaften besitzt, ist die Wichtigkeit seiner Person im Handel nicht unbekannt. Er verdingt seine Qualifikation deshalb nur gegen gute Bezahlung. Derjenige Händlerzusammenschluß, welcher sich bei der Besetzung der Einkaufsabteilung von allzu haushälterischen Gedanken leiten läßt, spart am unrichtigen Ort.

Zur Errechnung der zur Disposition notwendigen Vergleichsziffern verschafft sich die Einkaufsabteilung die erforderlichen Unterlagen; z. B. Einzelofferten und Kataloge von Industriellen, Exporteuren und Importeuren; Marktsituations- und Börsenberichte von Agenturen und Mäklerfirmen; Devisenkursblätter; Tageszeitungen; Voranschläge von Speditionshäusern; Versicherungs-, Bahn-, Binnengewässer- und Seeschiffahrtstarife; Mitteilungsblätter der verschiedenen Transportanstalten und Zollbehörden; Erfahrungssätze; feste Zahlen; Diagramme usw. Dem Einkäufer werden auch Hilfsmittel technischer Art zur Verfügung gestellt; z. B. Musterzimmer, Laboratorien, Versuchskaffeeröstapparate, Fachbücher.

Auf Grund der in jeder Hinsicht optimalen Offerte erfolgt dann der Abschluß des betr. Einkaufsgeschäfts. Je enger sich die Fühlungnahme mit der Handels- und Verkehrswelt gestaltet, desto erfolgreicher fällt die Einkaufstätigkeit aus.

Eine Skizzierung aller vorkommenden Einkaufsgeschäfte wäre zu weitläufig und kann hier nicht interessieren. Ein kleines Beispiel soll jedoch zeigen, was für eigenartige Resultate aus der Arbitrage hervorgehen können:

Am 17. Mai 19 . . ergibt sich, daß man Kaffee Santos supérieur am vorteilhaftesten beim Importeur X in Antwerpen einkauft; Santos Dumont bezieht man an diesem Tage beim Exporteur Y in Bahia. Er liefert diese Ware zu einem Preis, der 6 Punkte unter dem Satz der New Yorker Börse steht, wenn man ihm mit einer telegraphischen Zahlungsüberweisung aufwartet; Guatemala Perl wird bei dem kleinen inländischen Agenten Z eingekauft, welcher, wie aus seiner Offerte hervor-

geht, noch nichts von der am Vortage eingetretenen Haussebewegung weiß. — Der folgende Tag bringt vielleicht eine völlig veränderte Marktlage und verschiebt damit auch die bei der Disposition geltenden Direktiven. Das gleiche Spiel wiederholt sich beim Einkauf von hundert anderen Warentypen. —

Einige Einkaufsgesellschaften sind in der Lage, ihren Lieferanten stets Barzahlung in irgend einer Form anzubieten. Die dadurch erzielbaren Preisminderungen gleichen nicht nur den Zinsverlust aus, der bei dieser Zahlungsart entsteht, sondern sie gehen oft noch erheblich über denselben hinaus.

Ohne zu übertreiben, darf gesagt werden, daß die Mehrzahl der Händlerzusammenschlüsse hinsichtlich Einkaufsorganisation nicht mehr hinter den Einkaufsstellen der wirtschaftlichen Gegner ihrer Mitglieder zurücksteht. Kraft dieser ausgebildeten Bezugstechnik und der konzentrierten Nachfrage konnte der Methode des Selbsteinkaufs der Erfolg nicht versagt bleiben. —

2. Die Einlagerung der eingekauften Waren.

Nach erfolgter Übernahme der eingekauften Waren werden dieselben nach den Weisungen des Einkaufsbureaus an ihren Bestimmungsort geleitet. Als solcher kommt gewöhnlich der Ort in Betracht, wo die Gesellschaft ihr Zentrallager oder eines ihrer Depots unterhält. Auch in diesem Stadium des Warenbezugs zieht die Einkaufsstelle alle Mittel heran, die geeignet sind, den Selbstkostenpreis möglichst niedrig zu halten.

Einer ganz besonderen Behandlung bezüglich Einlagerung bedürfen einige der sog. Konjunkturwaren, wie z. B. Zucker, Reis, Schweinefett u. a. Es sind dies die Hauptartikel des Kolonialwarenhandels. Die Folge davon — die scharfe gegenseitige Konkurrenz der Händler unter sich — wirkt stark preisdrückend. Der kleinste unnötige Zuschlag kann die genannten Waren zu Verlustartikeln stempeln. Derartige Selbstkostenerhöhungen treten namentlich dann ein, wenn ein Gut, bevor es beim Detaillisten anlangt, zweimal über die

gleiche Bahnstrecke transportiert wird. Bei Einkaufsgesellschaften mit mehr oder weniger lokalem Charakter (z. B. LIGA Basel, Spezereihändler-E.-G. Zürich) ist die Gefahr derartiger Doppeltraversierungen sehr klein. Ihre Waren werden von der Grenzstation weg auf direktem Wege mitten in den Abnehmerkreis hineingeführt.

In einer weit schwierigeren Lage befindet sich die UNION Olten, deren Geschäftskreis sich bekanntlich über das gesamte Gebiet der Schweiz ausdehnt. Wenn sie beispielsweise den in der Tschechoslowakei eingekauften Zucker, der zumeist via Buchs (St. Gallen) in die Schweiz rollt, zuerst nach Olten schleppen ließe, um ihn dann von dort aus wieder unter ihre Mitglieder in der Ostschweiz zu verteilen, so wäre sie in dieser Gegend entweder konkurrenzunfähig, oder sie müßte kontinuierlich mit Verlust arbeiten. Demzufolge leitet die UNION ihren Zucker von den Grenzübergängen zum billigen Wagenladungstarif nach den Verbraucherzentren in den verschiedenen Gegenden der Schweiz. Dort wird er bei Bahnverwaltungen, Lagerhausgesellschaften, Spediteuren oder bei Genossenschaftern eingelagert. Ähnlich muß mit Reis, Schweinefett, Öl, Wein und einigen Trockengemüsen verfahren werden. Auf Grund dieser Zusammenhänge sah sich die UNION in die Zwangslage versetzt, neben dem Oltner Hauptlager und den Filialen in Lausanne und Wil noch ca. 25 weitere Depots anzulegen. Bei der Verteilung derselben wurden folgende Orte berücksichtigt: Altstätten (St. G.), Basel, Bellinzona, Bern, Brig, Brunnen, Buchs (St. G.), Chiasso, Chur, Genf, Glarus, Landquart, Luzern, Neuenburg, Pfäffikon, Romanshorn, Sitten, St. Gallen, Schaffhausen, Winterthur und Zürich.

Dieser Lagerapparat kommt im Verhältnis zu seiner Nutzleistung nicht allzu teuer zu stehen. Die Depotgebühren berechnen sich nach Lagerzeit und Gewicht und betragen in der Regel 15—20 Rappen per 100 kg und Lagermonat. Dazu kommen die Ein- und Auslagerungstaxen und allfällige Spesen. Sie belaufen sich zusammen auf ungefähr 40—80 Rappen per 100 kg Ware. Die Gesamtheit dieser Kosten macht sich jedoch schon bezahlt, wenn durch die Einlagerung im Abnehmer-

zentrum (anstatt im Hauptlager in Olten) der Transportweg vom Grenzübergang bis zum Detaillisten auch nur um 10—15 km abgekürzt werden kann. Die Zahl der eingesparten Kilometer ist aber regelmäßig bedeutend größer.

Je nach der Entfernung der Ablage von der Grenzstation, bei welcher das betr. Produkt in unser Land eintritt, ergeben sich für die einzelnen Depotstandorte verschieden hohe Selbstkosten und folglich auch verschieden hohe Verkaufspreise. Ein Auszug aus einer Zucker-Offerte der UNION illustriert diese Erscheinung aufs deutlichste. Für 100 kg Feinkristallzucker galten beispielsweise am 1. Februar 1924 folgende Preise:

ab UNION-Depot Buchs (Grenzübergang)	Fr. 86.—
ab UNION-Depot Altstätten	Fr. 87.—
ab UNION-Depot St. Gallen	Fr. 88.—
ab „ „ Winterthur	Fr. 89.50
ab „ „ Basel (Grenzübergang)	Fr. 89.—
ab Zentrallager Olten	Fr. 90.—
ab UNION-Depot Biel	Fr. 92.50
ab „ „ Brig	Fr. 94.—
ab „ „ Genf (Grenzübergang)	Fr. 90.—
ab „ „ Lausanne	Fr. 91.50

Alle bis jetzt noch nicht speziell aufgeführten Warenkategorien werden dem Hauptlager am Eisenbahnknotenpunkt Olten und den Filiallagerstellen zugeleitet. Es sind dies in der Hauptsache Güter, die im Verhältnis zu ihrem Gewicht einen relativ hohen Wert verkörpern. Transportkostenverluste aus allfälligen Doppeltraversierungen fallen deshalb kaum mehr ins Gewicht. Zudem bedürfen einige Artikel einer besonderen Behandlung (z. B. Kaffee: Röstung). Andere müssen im Anbruch verkauft werden, da die verhältnismäßig große Warenmenge der Originalpackung von vielen Mitgliedern nicht innerhalb nützlicher Frist abgesetzt werden könnte.

Die letzten Ausführungen haben zum Teil auch Geltung für die selbsteinkaufenden Zusammenschlüsse der übrigen Branchen, deren Mitglieder über große Landesteile zerstreut

sind: Schweiz. Manufakturistengesellschaft Oerlikon, MERCERIE Oerlikon, Schweiz. Vereinssortiment Olten, E.-G. des Verbandes Schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel. Sie alle vermitteln Waren, die im Verhältnis zu ihrem Gewicht einen relativ hohen Wert verkörpern (z. B. Gewebe, Bücher, Teppiche usw.). Der Einfluß der Transportkosten auf den Preis ist hier — in Prozenten gemessen — ebenfalls sehr klein. Dazu kommt, daß diese Gesellschaften sich vielfach der Postspedition bedienen, wobei die Entfernung zwischen Absender und Empfänger meistens keinen Einfluß ausübt auf die Transportkosten. Weiterhin eignen sich viele der von den oben erwähnten Genossenschaften geführten Handelsartikel nicht zur Einlagerung in gewöhnlichen Lagerhäusern. Oft ist auch eine besondere Behandlung beim Versand erforderlich. Endlich könnten beim gegenwärtigen Umfang des Geschäftsverkehrs regelrechte Filialen mit besonderem Personal vom ökonomischen Standpunkt aus nicht gerechtfertigt werden. Es ist deshalb verständlich, wenn sich die genannten Verbände mit je einem Lager an einem einigermaßen zentral gelegenen Standort begnügen. —

Schon mehrfach wurde die Behauptung aufgestellt, der aus dem Kaufkraftzusammenschluß erwachsende Kostenvorteil werde durch die beim Selbsteinkauf entstehenden Lagerspesen vollständig egalisiert. So meint z. B. Wernicke, „die Vermeidung der Haltung von teuren Lägern" sei eine Voraussetzung für die Wirksamkeit der Einkaufszusammenschlüsse[1]). Ähnlich formuliert Langlotz: „Die Notwendigkeit, ein Lager zu halten, macht den Kostenvorteil des genossenschaftlichen Einkaufs illusorisch"[2]).

Diese Argumentation ist unrichtig. Die Praxis zeigt, daß gerade diejenigen Einkaufsgesellschaften die größten Erfolge zu verzeichnen haben, welche den Lagerverkehr am intensivsten betreiben. Wohl verursacht die Anwendung dieses Systems eine Steigerung der Unkosten. Die entstehenden

[1]) Wernicke, Der Mittelstand und seine wirtschaftliche Lage, S. 93.
[2]) Vgl. Langlotz, Der Kleinhandel mit Eisenwaren, Haus- und Küchengeräten, Düsseldorf 1918.

Vorteile vermögen aber die Spesenerhöhung nicht nur auszugleichen, sondern es tritt sogar eine namhafte Verbesserung der Lage des Genossenschafters ein. Erst dadurch, daß sich die Zentrale bei ihren Einkäufen nicht mehr wie beim gemeinsamen Auftrag nach dem momentanen Bedarf der Mitglieder richten muß, wird sie in den Stand gesetzt, „bestens" einzukaufen. Es ergibt sich unter Umständen die Möglichkeit, die Abschlüsse aufzusparen, bis sich günstige Marktsituationen zeigen. Die Einkaufsstelle kann ferner wesentlich niedrigere Selbstkostenpreise erzielen, wenn sie beispielsweise, statt jede Woche einen Sammelauftrag für 250 Wareneinheiten zu lancieren, einmal innerhalb eines Monats 1000 Einheiten des betr. Artikels miteinander einkauft. Weiterhin versetzt das ständige Warenlager den angeschlossenen Händler in die Lage, seine Bestände jederzeit zu ergänzen. Er braucht nicht mehr die Einkaufsversammlung oder die periodische Umfrage abzuwarten. Auch kann er infolge der abgekürzten Lieferfristen mit größerer Präzision disponieren. Ein weiterer Vorteil gegenüber der Methode des Sammelauftrages besteht darin, daß die Genossenschafter logischerweise nicht verpflichtet sind, der Zentrale die von ihr eingekauften Waren abzunehmen[3]). Man geht sogar noch einen Schritt weiter und schärft den Mitgliedern geradezu ein, ihren Bedarf bei derjenigen Großhandelsfirma zu decken, welche die günstigsten Lieferungsbedingungen stellt. Wenn sich die leitenden Organe nicht auf die Tatsache stützen könnten, daß in den weitaus meisten Fällen jene Großfirma durch die eigene Gesellschaft verkörpert wird, würden sie wohl kaum derartige Parolen ausgeben. Durch die Ablehnung des Annahmezwanges spornen die organisierten Händler ihre Einkaufsstellen fortwährend zu höchster Leistungsfähigkeit an. Zugleich geben sie damit

[3]) Aus der 1919er Statistik des Verbandes deutscher kaufmännischer Genossenschaften in Berlin geht hervor, daß 35 von 195 Genossenschaften, welche die Frage: „Sind die Mitglieder zur Abnahme gewisser Artikel verpflichtet?" beantworteten, noch den Annahmezwang kannten. Im schweiz. Einzelhandel tritt diese Verpflichtung nirgends in Erscheinung.

kund, daß ihre Selbständigkeit auch innerhalb der Einkaufsgesellschaft keine Einschränkung erfahren soll. —

3. Die Organisation der Warenverteilung.

Nachdem das Einkaufsbureau die Einlagerung der eingekauften Waren angeordnet hat, übergibt es dieselben samt Selbstkostenrechnung der Verkaufsabteilung. Die Aufgabe der letzteren zerfällt in drei Hauptteile: Festsetzung der Verkaufspreise, Bekanntmachung der Wareneinkäufe und Hereinholung der Bestellungen, Versand der bestellten Waren.

a) Festsetzung der Verkaufspreise.

Nach der Übernahme der eingekauften Warenpartien setzt die Verkaufsabteilung die Preise fest, zu denen die Güter an die Genossenschafter abgegeben werden sollen. Der bisherige Selbstkostenpreis erfährt eine Erhöhung durch verschiedene Zuschläge zur Deckung der Betriebsunkosten, Zinsverluste, Abschreibungen, Kapitalzinse, Amortisationsquoten und Reservezuweisungen. Eigentliche Gewinnzuschläge unterbleiben, da ja die Einkaufsgenossenschaft als solche für sich keinen Gewinn in Anspruch nimmt. Für den Händler eignet sich dieses Verfahren besser als das Gewinnrückvergütungssystem, welches von den Konsumvereinen in Anwendung gebracht wird. Er kann die Arbitrage und auch die Kalkulation des Detailverkaufspreises mit weit größerer Genauigkeit vornehmen, wenn sich unter den Rechnungselementen keine Unbekannte — die zukünftige Gewinnrückvergütung — befindet.

Damit soll aber nicht gesagt sein, daß sich die händlerische Einkaufszentrale mit ihren Abgabepreisen außerhalb den Schwankungen der Weltmarktpreise zu bewegen habe. Würde sie denselben nicht nachfolgen, so bliebe bei einer Baisse der ganze Stock der betr. Ware unverkauft, weil ja für die Mitglieder kein Abnahmezwang besteht. Selbstverständlich erwachsen der Gesellschaft in solchen Fällen Verluste. Wenn sie diese wieder ausgleichen will, muß sie mit ihren Preisen konsequenterweise auch den Haussebewegungen folgen.

Trotzdem streben die kleinhändlerischen Einkaufszusammenschlüsse danach, ihren Ansätzen eine gewisse Stabilität zu verleihen. Kleine Schwankungen werden nicht auf die Verkaufspreise übertragen. Ebenso spüren die Genossenschafter nichts von kurzfristigen Börsenstürmen. Namentlich die Einkaufsgesellschaften der Kolonialwarenhändler haben reichlich Gelegenheit, sich in solchen Praktiken zu üben. Einige der von ihnen vermittelten Warenkategorien wechseln die Börsennotierung bekanntlich nicht nur täglich, sondern oft sogar stündlich. Als Beispiele seien Zucker, Kaffee, Schweineschmalz und Reis angeführt.

Die von der Verkaufsabteilung errechneten Abgabepreise gelten innerhalb der betreffenden Gesellschaft für alle Mitglieder in gleicher Weise. Das will aber nicht heißen, daß der Händler, welcher nur 10 Einheiten einer bestimmten Ware auf einmal bezieht, den gleichen Preisansatz beanspruchen darf wie der Bezüger von 1000 Einheiten. Der auf die Einheit entfallende Anteil an den für die ganze Sendung ausgelegten Bereitstellungs- und Verwaltungskosten wird bei der kleineren Versandmenge in der Regel größer sein als bei der großen. Folglich muß sich der Besteller der 10 Einheiten eine bescheidene Preiserhöhung gefallen lassen.

Von Wichtigkeit ist noch die Frage, ob die beim Güterversand entstehenden Transportkosten mit Hilfe eines erfahrungsmäßigen Mittelwertes in die Abgabepreise hineingerechnet werden sollen, oder ob jeder Warenbezüger die ihm zukommenden Transportkosten separat bezahlen soll.

Sind die Transportkosten in die offerierten Preise hineinkalkuliert, so verändert sich der Einstandspreis für den Bezüger nicht, ob sein Domizil 10 oder 200 km vom Genossenschaftslager entfernt ist. Bei Anwendung dieser Lieferungsart wird jedoch dem weit entfernt Wohnenden eine Vorzugsstellung zuteil auf Kosten des Mitgliedes aus der näheren Umgebung des Lagerstandortes. Der in den Abgabepreis einzurechnende mittlere Frachtsatz würde bei Gesellschaften mit großer räumlicher Ausdehnung eine Höhe annehmen, die von schädlicher Wirkung auf die Konkurrenzfähigkeit der Ein-

kaufszentrale in der Nahzone ihres Wirkungskreises sein müßte. Zweckmäßiger und gerechter ist deshalb die Verkaufspreiskalkulation, die keine Rücksicht auf die zukünftigen Transportkosten nimmt. Die Frachtgebühren stehen hier außerhalb des Warenpreises. Sie sind von jedem Bezüger extra zu bezahlen und richten sich nach der Länge des Weges vom Lagerstandort zum Standort des Empfängers der Ware. Diese Überlegungen finden ihre Bestätigung in den diesbezüglichen Vorkehren der Praxis: Gesellschaften mit großer räumlicher Ausdehnung machen in der Regel vom letztgenannten Modus Gebrauch. Zusammenschlüsse mehr oder weniger lokaler Natur offerieren dagegen ihre Waren meistens zu Preisen, die sich für Lieferung franko Domizil des Empfängers verstehen. Da bei diesen Vereinigungen die Unterschiede in der Entfernung der einzelnen Mitglieder vom Genossenschaftslager relativ klein sind, macht sich die früher erwähnte Besserstellung gewisser Zonen des genossenschaftlichen Wirkungsgebietes nicht oder nur in sehr geringem Maße bemerkbar. —

b) Bekanntmachung der Wareneinkäufe und Hereinholung der Bestellungen.

Eine weitere Aufgabe der Verkaufsabteilung besteht darin, die Genossenschafter über die getätigten Wareneinkäufe zu informieren. Dieses Ziel wird erreicht mit Hilfe des schriftlichen Warenberichts und der mündlichen Bekanntmachung durch reisende Vertreter.

Warenberichte oder Offertenblätter werden von allen selbsteinkaufenden Gesellschaften herausgegeben. Sie enthalten zum mindesten ein ausführliches Verzeichnis aller zur Verfügung der Mitglieder gestellten Waren nebst verbindlichen Preisangaben. Vielfach werden den Offerten noch wissenswerte Hinweise aller Art beigefügt: Genaue Beschreibungen einzelner Artikel, Lieferungsbedingungen, Marktsituationsberichte, Mitteilungen allgemeiner Natur usw. Die Anordnung des Inhalts der Warenberichte ist überall eine klare und übersichtliche. In der Regel erscheinen sie 1—2 Mal pro

Monat. Zwecks Bekanntmachung von Preisänderungen und neuen Wareneingängen werden jede Woche Zirkulare herausgegeben oder Anzeigen in den Fachblättern der Interessenverbände veröffentlicht.

Das Offerten- und Mitteilungsblatt kann in der Regel nicht abonniert werden. Es wird nur den Mitgliedern der Gesellschaft zugestellt und zwar gratis. Jeder Genossenschafter muß sich schriftlich verpflichten, den ihm vertraulich übergebenen Warenbericht keinem außerhalb der Gesellschaft stehenden Dritten zur Verfügung zu stellen. Damit sollen namentlich die Lieferanten vor Unannehmlichkeiten geschützt werden. Jene können nicht wünschen, daß die Vorzugspreise, welche sie dem Händlerzusammenschluß einräumen, aller Welt bekannt gemacht werden. Die Verletzung der erwähnten Vertraulichkeitsverpflichtung wird mit sofortigem Ausschluß aus der Gesellschaft geahndet. Natürlich fällt es oft schwer, den Fehlbaren ausfindig zu machen, da dieser die Angebote ebenfalls „vertraulich" weitergibt. —

Das zweite zur Information der Genossenschafter angewandte Mittel ist die mündliche Berichterstattung durch reisende Vertreter. Die kleineren Zusammenschlüsse schenken der Reisendenaussendung eine weit größere Aufmerksamkeit als z. B. die UNION Olten. Währenddem die erstern, trotz ihrer relativ kleinen Mitgliederzahlen, in der Regel über 1—2 Reisende verfügen, begnügt sich die UNION mit einem einzigen Reisevertreter. Dieser verhältnismäßige Unterschied wird durch die Verschiedenartigkeit der Überlegungen verursacht. Die kleineren Vereinigungen versprechen sich vom Mitgliederbesuch durch Reisende eine wesentliche Umsatzerhöhung. Die dadurch erzielbaren Einkaufspreisminderungen und die bessere Ausnützung der Anlagen und Arbeitskräfte sollen die Reisekosten kompensieren oder sogar überkompensieren. Erkundigungen ergaben, daß sich obige Annahme tatsächlich ohne nachteilige Folgen verwirklichen läßt.

Etwas anders geartet ist die Überlegung der UNION Olten. Die großen Einkäufe und die Berufskenntnisse der Ge-

nossenschafter[4]) verschaffen ihr die Möglichkeit, mit ihren Warenpreisen in den weitaus meisten Fällen auch ohne mündliche Erklärungen reisender Vertreter überzeugend zu wirken. Das Nichtvorhandensein von Preiszuschlägen zwecks Ausgleich der hohen Reisekosten vermag diese Überzeugungskraft noch zu potenzieren. Dessen ungeachtet hat die in Rede stehende Gesellschaft aber gleichwohl einen Reisevertreter angestellt. Seine Hauptaufgabe besteht jedoch nicht in der Aufnahme von Bestellungen, sondern er tritt eher als Berater der Mitglieder auf. Er erteilt ihnen Ratschläge bezüglich Warenbezug, Geschäftsorganisation und Absatztechnik. Er nimmt von ihnen auch an die Gesellschaftsleitung adressierte Wünsche und Anregungen entgegen. Weiterhin soll er der Zentrale Kenntnis verschaffen über den Geschäftsbetrieb und das Gebaren des einzelnen Genossenschafters. Selbstverständlich nimmt dieser Vertreter en passant auch Warenbestellungen auf. Die letztgenannte Funktion ist jedoch von untergeordneter Bedeutung. Es geht dies auch aus der Tatsache hervor, daß er den einzelnen Genossenschafter im günstigsten Falle zweimal pro Jahr besuchen kann. Trotzdem die UNION sich fast ausschließlich mit der schriftlichen Warenberichterstattung begnügt, gehen bei der Zentrale und den Filialen in Lausanne und Wyl jede Woche ungefähr 3000 Bestellungen ein. (Durchschnitt: Auf ein UNION-Mitglied entfällt wöchentlich eine Bestellung.)

Die ausführliche und klare Offertenstellung vermag dem Händler die zur Arbitrage notwendigen Anhaltspunkte meistens genugsam zu verschaffen, da er weiß, daß die Einkaufsgesellschaft nur qualitativ hochstehende Waren vermittelt. Dieses Zutrauen haben sich die Einkaufsvereinigungen erworben durch den strengen Ausschluß aller irgendwie fehlerhaften oder minderwertigen Erzeugnisse von der Vermittlungstätigkeit. Dem angeschlossenen Händler wird damit manche Sorge abgenommen und sein Geschäft erhält ganz automatisch den Charakter eines Qualitätswarengeschäfts. Auf diese Art

[4]) Vgl. auch § 9, Die Mitgliedschaft.

und Weise konnten die Händlerverbände ihren Mitgliedern nach und nach große Teile des sog. besseren Publikums, das dem kleinen Einzelhandel ehemals untreu geworden war, wieder zurückgewinnen.

Die Warenberichterstattung wird nötigenfalls ergänzt durch die bereitwillige Erteilung von Spezialauskünften, durch Mustersendungen und durch periodische Musterausstellungen.

Vom Mittel „Musterausstellung" machen insbesondere die Einkaufsgenossenschaften der Textilbranche Gebrauch. Der individuelle Charakter ihrer Handelsobjekte bringt es mit sich, daß eine noch so eingehende Beschreibung die persönliche Besichtigung durch den Interessenten niemals ersetzen kann. Derartige Ausstellungen finden jeweils bei Saisonwechsel und oft auch am Tage der Generalversammlung statt.

Ferner hat der Genossenschafter das Recht, das Gesellschaftslager jederzeit einer persönlichen Besichtigung zu unterziehen. Weitere Propagandamittel werden m. W. nicht angewandt.

Mangels typischer Momente lohnt es sich nicht, auf die eigentliche Lancierung der Bestellungen durch die Mitglieder näher einzutreten. —

c) Der Versand der bestellten Waren.

Das gesamte Versandwesen wird beherrscht von einer vielseitigen Transportkostenökonomik.

Einer ihrer Ausflüsse tritt schon bei der Durchsicht der eingegangenen Aufträge in Erscheinung. Einige Einkaufsgesellschaften nehmen in gewissen Fällen von sich aus eine Auf- oder Abrundung des Gewichts der bestellten Waren vor. Diese Vorkehr erklärt sich folgendermaßen: Unsere Bahnen runden bekanntlich bei der Frachtpreisberechnung für Stückgüter das tatsächlich festgestellte Gewicht, wenn es nicht auf eine restlos durch 10 teilbare Kilozahl lautet, bis zur nächsthöheren Zehnergröße auf. In solchen Aufrundungsfällen ist die Ausnützung des Frachtpreises naturgemäß eine mangelhafte. Wenn deshalb ein Händler bei seiner Einkaufszentrale beispielsweise 15 kg Haselnußkerne bestellt, so

wird der Auftrag auf netto 19 kg hinaufgesetzt. Mit der Verpackung zusammen erhält dann die Sendung ein Gewicht von ungefähr 20 kg. Lautet der Auftrag auf 20 kg netto, so werden ebenfalls nur 19 kg geliefert. Damit umgeht man die Möglichkeit, daß die Transportanstalt wegen eines kleinen Übergewichts ihre Frachtberechnung auf der Basis von 30 kg vornimmt. Bei einem supponierten Frachtsatz von Fr. 6.— per 100 kg vermindert sich für den Empfänger der Einstandspreis für 1 kg der obengenannten Ware im ersten Beispiel um 1,2 Rappen und im zweiten um 2,2 Rappen. Ich schätze den Betrag, den die UNION Olten ihren Mitgliedern auf obige Art und Weise erspart, auf Fr. 15 000—20 000 jährlich.

Die Spedition der bestellten Waren erfolgt bei den selbsteinkaufenden Händlerzusammenschlüssen (mit Ausnahme der UNION Olten) regelmäßig vom Zentrallager aus. Die Oltner-Gesellschaft versorgt ihre Mitglieder entweder ab Zentrallager, ab Filialkontor oder ab Depot, je nach der Natur der in Auftrag gegebenen Ware und je nach dem Standort des Bestellers. Es gelangt stets diejenige Möglichkeit zur Ausführung, bei welcher der Genossenschafter hinsichtlich Einstandspreis am besten fährt.

Die Überführung der Waren vom Genossenschaftslager nach dem Domizil des bestellenden Mitglieds wird auf verschiedene Arten bewerkstelligt:

Am einfachsten macht sich die Sache, wenn der Auftraggeber die Ware abholt. Etwas komplizierter ist der Transport durch die Bahn. Schon bei der Behandlung der dem Warenversand vorausgehenden Maßnahmen der Verkaufsabteilung wurden mehrere Vorkehren erwähnt, welche auf die größtmögliche Reduktion und Ausnützung der Transportkosten hinzielen. Von einer Wiederholung wird abgesehen.

In der Mehrzahl der Fälle kommt die Stückgutverfrachtung in Betracht. Die UNION Olten macht beim Güterversand ab Zentrallager auch vom billigen Wagenladungstarif Gebrauch. Alle Aufträge aus von Olten weit entfernten Landesteilen werden, sofern der Auftraggeber nicht sofortige Liefe-

rung verlangt, aufgespart, bis das Totalgewicht der nach einer bestimmten Gegend zu spedierenden Waren 10 000 oder 15 000 Kilogramm erreicht. Hierauf kommen diese Güter in einen 10- oder 15-Tonnen-Wagen zur Verladung und werden nach einem zentral gelegenen Ort der Region geleitet, aus welcher die Bestellungen stammen. Dort erfolgt die Öffnung des Sammelwagens durch ein beauftragtes Mitglied oder durch einen Spediteur. Die Mitglieder der betr. Ortschaft und ihrer nächsten Umgebung erhalten die bestellte Ware per Camionnage zugesandt. Der übrige Teil der Sammelladung wird wiederum der Bahn übergeben, worauf die einzelnen Colis die kurze Strecke bis zur Station des Empfängers als Stückgüter zurücklegen.

Nach und nach bildete sich für diesen Sammelwagenbetrieb ein regelrechter Fahrplan heraus. Im Offertenblatt wird den Genossenschaften der betr. Gegenden mitgeteilt, an welchen Tagen die für sie bestimmten Wagen von Olten wegfahren. Gegenwärtig führt die UNION nach folgenden Stationen regelmäßige Sammelsendungen aus: Biel, Brig, Luzern, Delsberg, Ziegelbrücke (Glarus), Sargans, St. Gallen, Wil (St. G.), Winterthur. Genossenschafter, die ihre Dispositionen dem Sammelwagenfahrplan anpassen, können die Bezugsspesen erheblich reduzieren. Der prozentuale Umfang der eintretenden Verbilligung (gegenüber der reinen Stückgutspedition) ist von Fall zu Fall verschieden. Er wird letzten Endes bestimmt durch die Entfernung des eigentlichen Bestimmungsortes der Ware von der Sammelwagenstation und bewegt sich zwischen 25 und 40 Prozent.

Zu Zeiten großen Zuckerbedarfs (z. B. zur Zeit der Früchtekonservierung und vor Weihnachten) bringt die UNION noch eine weitere Vermittlungsart in Anwendung, indem sie die genannte Ware unter Umgehung jeglicher Einlagerung vom Produktionsort direkt den Detaillisten zuleitet. Zur Erreichung dieses Zieles verschafft sich die Zentrale, noch bevor die Zuckersendungen die Landesgrenze passiert haben, bei den Mitgliedern einer bestimmten Stadt oder Gegend Vorausbestellungen auf die rollende Ware. Je nach der Zahl und Größe der eingegangenen Aufträge leitet sie hierauf einen oder

mehrere Originalwaggons vom Grenzübergang direkt in jene Zentren. Dort wird die Ladung nach Maßgabe der Bestellungen sofort verteilt. Es kann vorkommen, daß die Aufträge eine kleine Aufrundung (zwecks Vermeidung von Restposten) oder eine Abrundung erfahren (wenn die Gesamtheit der eingegangenen Bestellungen auf eine Zuckermenge lautet, die größer ist als das Gewicht der zugedachten Sammelladungen). Die Verteilung der Waren wird meistens durch ein beauftragtes Mitglied besorgt.

Auf diese Art und Weise gelingt es der UNION, ihre Zuckerpreise von allen jenen Zuschlägen, die entstehen, wenn eine Ware auf Lager genommen werden muß, zu befreien. In Zeiten normalen Zuckerbedarfs findet die gekennzeichnete Verteilungsmethode nur selten Anwendung. Diese Erscheinung wird hauptsächlich durch die stetigen Schwankungen des Zuckerpreises hervorgerufen. Aus Furcht vor Verlusten deckt sich der kleine und mittlere Einzelhändler in der Regel nur für kurze Zeitstrecken mit der in Frage stehenden Ware ein. Fehlt die Aussicht auf raschen Absatz, so schlagen die betr. Händler die Übernahme eines ganzen Waggons meistens aus. Sie ziehen es vor, ihren Zucker parallel zum Verbrauch beim nächstliegenden Depot zu beziehen, selbst wenn sie dafür einen um die Lagerspesen und Zinsverluste erhöhten Preis bezahlen müssen.

Selbstverständlich werden auch die Tarifansätze der P o s t in die Transportkostenarbitrage einbezogen. Wenn man die Raschheit der Postspedition und den Wegfall aller Camionnage-Auslagen mit in die Rechnung einsetzt, zeigt sich, daß die Post hinsichtlich Wohlfeilheit des Transports der Bahn in vielen Fällen überlegen ist. Diese Feststellung läßt sich namentlich beim Transport von Colis unter 15 kg über große Strecken machen. Dies veranlaßt insbesondere die UNION Olten, bei Lieferungen nach den abgelegenen Tälern der Kantone Graubünden, Tessin und Wallis, wo immer möglich die Postspedition anzuwenden. Gegenüber der Bahnfracht ergeben sich dabei Verbilligungen von 10—50%. Allerdings ist

es eigenartig, daß der Transport von Warensendungen obengenannten Gewichtes im langsamen Güterwaggon teurer zu stehen kommt als im schnellen Postwaggon.

Die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften stellen auch den Motorlastwagen in den Dienst der Warenverteilung. Die Nutzbarmachung dieses neuzeitlichen Verkehrsmittels ist wohl in erster Linie ein Ausfluß der Transportkosten-Ökonomik. Dann muß aber die Einrichtung der Autospedition auch als Konzession an diejenigen Händler aufgefaßt werden, welche sich beim Einkauf sehr oft nicht vom günstigsten Preis, sondern von der Bequemlichkeit des Bezugs leiten lassen. Bei dieser Sorte von Mitgliedern erwirkte der Motorkraftwagen vielfach das, was vorher der eindringlichste Zeitungsartikel und der beste Redner nicht erreicht hatten, nämlich die allmähliche Umwandlung der althergebrachten Gleichgültigkeit in eine rege Anteilnahme an der genossenschaftlichen Arbeit. Der durch das Auto ständig aufrecht erhaltene Kontakt mit der Zentrale erzieht den Händler auch zur geistigen Fühlungnahme, durch welche ihm auch die Grundsätze der Modernisierung des Einzelhandels übermittelt werden können.

Die durchgeführte Rundfrage ergab, daß folgende Gesellschaften über Motorlastwagen verfügen: UNION Olten (4), K. E. G. Burgdorf (2), LIGA Basel (2), Spezereihändler-E.-G. Zürich (2), S. H. G. Oerlikon (1).

Alle Mitglieder obiger Zusammenschlüsse, deren Domizil nicht weiter als ungefähr 70 km vom Zentrallager entfernt ist, erhalten die bestellten Waren per Autocamion zugestellt. Die K.E.G. Burgdorf, LIGA Basel und Spezereihändler-E.-G. Zürich nehmen die Verteilung der Waren fast ausschließlich mit Hilfe dieses Transportmittels vor. Der UNION ist dies infolge ihrer Ausdehnung schon aus rein technischen Gründen nicht möglich. Zwecks Erleichterung der Disposition hat der Kraftwagenverkehr bei allen Einkaufsgenossenschaften seine fahrplanmäßige Regelung gefunden. Gegenüber der Bahnfracht ergeben sich bei der Autospedition Transportpreisverbilligun-

gen bis zu 50%. Die übrigen (in obiger Aufzählung nicht enthaltenen) selbsteinkaufenden Händler-Zusammenschlüsse machen keinen Gebrauch vom Warenversand mittelst Autos. Die Voraussetzungen zu einer wirtschaftlichen Verwendung dieser Einrichtung fehlen ihnen. Infolge der großen Distanzen zwischen den Standorten der einzelnen Mitglieder und des verhältnismäßig geringen Gewichtes der zu überbringenden Güter würden sich die Transportkosten für 100 kg Ware über den entsprechenden Frachtsatz der Bahn oder die Portogebühr der Post stellen.

Die letzte Obliegenheit der Verkaufsabteilung besteht in der Aufstellung und im Versand der Fakturen für die abgegebenen Waren. Diese Tätigkeit weist jedoch keine Merkmale auf, die als besonders interessant hingestellt werden könnten. —

Zusammenfassung: Die Ausführungen unter dem Titel „Die Einkaufsgesellschaft als Selbstkäuferin" veranschaulichen die preismindernden Wirkungen, welche der Kaufkraftzusammenschluß hervorzubringen vermag, auf das deutlichste. Sie treten in jeder einzelnen Phase des Bezugs-, Verwaltungs- und Verteilungsprozesses in Erscheinung, von den Vorbereitungen zum Einkauf der Ware bis zu ihrem Eintreffen beim Detaillisten. Letzterer wird gewissermaßen durch einen zentralen Einheitswillen gezwungen, auf eine unter den gegebenen Verhältnissen in jeder Hinsicht rationelle Art und Weise einzukaufen. Der einer Einkaufsgesellschaft angeschlossene Kleinhändler sieht sich jedesmal, wenn er in den Fall kommt, bei ihr Waren zu beziehen, automatisch zum qualifizierten Einkäufer gestempelt. Die Zensur bei der Mitgliederaufnahme sorgt dafür, daß diese Qualifikation nur solchen Wirtschaftern zukommt, die sich ihrer als würdig erweisen. Es sind dies jene Kleinhändler, welche die Elemente des systematischen Einkaufs wohl kennen, die aber damit zufolge des geringen Ausmaßes ihrer individuellen Kaufkraft im Alleingang nicht die gewünschten Wirkungen erzielen können. —

§ 14. Der Einkauf beim sog. Vertragslieferanten (Vertragsverkehr).

Zu Anfang des Abschnittes „Die Einkaufsgesellschaft als Selbstkäuferin (Lagerverkehr)“ wurde auf eine Eigenart des Marktes für inländische Fabrikate hingewiesen, welche insbesondere für die Einkaufszusammenschlüsse der Spezereiwarenhändler von einschneidender Bedeutung ist. Dabei wurde folgendes festgestellt: Die Marge zwischen den Spezialpreisen, die der Industrielle den Großabnehmern gewährt, und den Preisen, welche er im Verkehr mit den kleinen Detaillisten anwendet, vermag vielfach die Kosten nicht zu decken, welche der Einkaufszentrale (und auch dem privaten Grossisten) bei der Warenvermittlung durch Selbsteinkauf entstehen[1]). Die erwähnten Spezialpreise können eben nur demjenigen Großabnehmer zu einem wirtschaftlichen Vorsprung verhelfen, der selbst Einzelhändler ist: Dem Warenhaus, dem Filialgeschäft, dem großen Spezialgeschäft. Die Abgabepreise der Händlervereinigung müßten sich also bei obigem Sachverhalt trotz Großeinkauf höher stellen als diejenigen des Fabrikanten. Ein solcher Zustand wäre naturgemäß unhaltbar; denn die Genossenschafter würden sich bei ihren Einkäufen zweifellos direkt an die Fabrikationsfirmen wenden[2]). Und wenn es dem Zusammenschluß dennoch gelänge, für seine Mitglieder einen Kostenvorteil herauszuwirtschaften, so wäre dieser sehr wahrscheinlich derart klein, daß die Konkurrenzfähigkeit des kleinen Händlers durch ihn nicht wesentlich gehoben werden könnte. Die Wirkung dieser Zu-

[1]) Bezugs-, Einlagerungs-, Unterhalts-, Verwaltungs- und Reexpeditionsspesen.

[2]) Im Handel mit Waren ausländischer Provenienz wird der Abgabepreis des inländischen Großhandelshauses s t e t s höher sein als derjenige des ausländischen Produzenten. Der inländische Kleinhändler wird jedoch bei dieser Sachlage aus handelstechnischen, wie auch aus wirtschaftlichen Gründen davon absehen müssen, seine Waren aus erster Quelle zu beziehen. Er fährt besser, wenn er sich bei seinen Einkäufen an ein inländisches Importhaus hält (Einkaufsgesellschaft oder privates Großhandelshaus).

sammenhänge ist folgende: Die Gesellschaftsmitglieder sind beim Bezug von Waren, die sich in der Sphäre der beschriebenen Markteigenart befinden, nach wie vor auf die alten Lieferanten angewiesen. Mit andern Worten: Die kleinen Detaillisten müssen auch weiterhin auf die altgewohnte und verzettelte Art einkaufen.

Dieser Hindernisse ungeachtet, machten aber die Einkaufsverbände gleichwohl einen Weg ausfindig, der ihre Mitglieder zu ähnlichen Vergünstigungen gelangen läßt, wie die Großbetriebe des Einzelhandels sie genießen. Dieser Ausgleich wurde erreicht durch das Institut des sog. Vertragsverkehrs.

„Vertragsverkehr" ist der Inbegriff aller geschäftlichen Beziehungen zwischen der Einkaufsgesellschaft einerseits und den „Vertragslieferanten" anderseits.

„Vertragslieferant" ist ein terminus technicus, mit welchem die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften *denjenigen Lieferanten bezeichnen, der sich in einem Vertrage verpflichtet, als Gegenleistung für die Vorteile, welche ihm aus dem Verkehr mit den Gesellschaftsmitgliedern erwachsen, letzteren bei allen ihren Wareneinkäufen vertraglich festgesetzte Vergünstigungen in Form von Preisminderungen zu gewähren.*

Der Einkauf mittelst des Vertragsverkehrs wird von folgenden Gesellschaften gepflegt: UNION Olten, K. E. G. Burgdorf, LIGA Basel, Spezereihändler-E.-G. Zürich, S. H. G. Oerlikon, Société de l'Epicerie Genf, E. G. des Verbandes Schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel, UTO E.V.K. Zürich und Elektro-E. V. Bern. Es dürfte aus § 13 her bekannt sein, daß die obengenannten Verbände (mit Ausnahme der UTO Zürich und der Elektro-E. V. Bern) auch die Warenvermittlung durch Selbsteinkauf betreiben. Die UTO Zürich und die Elektro E. V. Bern begnügen sich ausschließlich mit dem Einkauf auf dem Wege des Vertragsverkehrs. —

1. Einleitung und Abwicklung des Vertragsverkehrs.

Dem eigentlichen Vertragsverkehr gehen einige Vorbereitungsmaßnahmen voraus. Vorerst verschafft sich die Einkaufsstelle die Namen der Lieferanten, von denen die Mitglieder diejenigen Produkte beziehen, welche von ihr nicht durch Selbsteinkauf vermittelt werden können. Wie schon früher bemerkt, handelt es sich dabei regelmäßig um inländische Produzenten. Es können allerdings auch Großhandelsfirmen in Betracht kommen, wenn der betr. Zusammenschluß gänzlich von der Warenvermittlung durch Selbsteinkauf abstrahiert (z. B. UTO Zürich und Elektro-E.-V. Bern).

Nach Aufstellung der Lieferantenliste findet eine Auslese der bestqualifizierten Firmen statt. Bei dieser Auswahl werden die verschiedensten Dinge ins Auge gefaßt: Qualität der Produkte, Verhältnis der Qualität zum Preis, Beliebtheit des betr. Artikels beim Publikum, das geschäftliche Gebaren des Lieferanten, die technische Leistungsfähigkeit und der Standort seines Betriebes usw.

Die Einkaufsstelle setzt sich hierauf mit den ins Auge gefaßten Lieferanten in Verbindung und stellt ihnen verschiedene (unten erwähnte) Vorteile in Aussicht, wenn sie sich dazu bequemen, auf allen Warenlieferungen, welche an die der Gesellschaft angeschlossenen Händler gehen, angemessene Preisminderungen eintreten zu lassen. Kommt darüber eine Verständigung zustande, so werden die beidseitigen Zugeständnisse in einem Vertrage niedergelegt. Die Namen der Firmen, mit welchen die Einkaufszentrale derartige Vereinbarungen trifft, werden nebst den wichtigsten Vertragsbestimmungen den Genossenschaftern mitgeteilt. Diese Lieferanten tragen fortan die Benennung „Vertragslieferanten".

Die den Vertragslieferanten aus dem Vertragsverkehr erwachsenden Vorteile sind folgende:

a) Für den Vertragslieferanten ergibt sich die absolute Unmöglichkeit von Verlusten, die entstehen, wenn ein Händler die beim Bezug von Waren kreierten Schuldverpflichtungen mangelhaft oder gar nicht regliert. Selbstverständlich existiert dieser Risikoausschluß nur im Verkehr mit

Detaillisten, welche Mitglieder der Einkaufsgesellschaft sind, mit der der betr. Lieferant einen Kontrakt abgeschlossen hat. — Die Genossenschafter lancieren ihre Bestellungen in gleicher Weise wie vor dem Übergang zum Vertragsverkehr. Ein Unterschied ergibt sich nur dadurch, daß sie auf den Bestellkarten mit einem von der Zentrale speziell zu diesem Zweck verabfolgten Stempel den Mitgliedschaftsvermerk anbringen, z. B. „Mitglied der UNION Olten", „Mitglied der LIGA Basel". Dieser Vermerk soll den Vertragslieferanten über die Vergünstigungsberechtigung des Auftraggebers informieren. In Zweifelfällen verschafft er sich mit Hilfe des ihm von der Einkaufsgesellschaft übergebenen Mitgliederverzeichnisses die gewünschte Klärung. Die Lieferung der bestellten Ware erfolgt ebenfalls auf die allgemein übliche Art. Nur die Faktura erfährt eine besondere Behandlung. Anstatt dieselbe an sich zahlbar zu stellen, gibt die Lieferfirma dem Adressaten die Weisung, den Fakturabetrag am Verfalltag der Zentrale seiner Einkaufsvereinigung zu überweisen. Dieses Vorgehen hat seinen Grund im Vertragsverhältnis, nach welchem der Vertragslieferant alle seine Forderungen gegenüber den Gesellschaftsmitgliedern an die juristische Person „Einkaufsgenossenschaft" abtritt. Zu diesem Zwecke erstattet er der Zentrale alle 14 Tage oder jeden Monat Bericht über die an die Genossenschafter gemachten Warenlieferungen. Ein derartiger Rapport enthält in der Regel die Namen der einzelnen Warenbezüger nebst der ziffernmäßigen Angabe der durch sie kontrahierten Schuldverpflichtungen. Eine Schlußaddition weist auf die Gesamtschuld hin. Letztere wird von der Händlerzentrale in globo beglichen, ohne Rücksicht darauf, ob sie die übernommenen Forderungen bei den Einzelschuldnern — also bei ihren Mitgliedern — eintreiben kann oder nicht[3]). Der dem

[3]) Zwecks Abschwächung dieses Risikos fordern einige Genossenschaften von ihren Mitgliedern neben dem Anteilscheinbetrag noch eine bestimmte Garantiesumme ein. Diese wird jedoch nicht dem Betriebskapital einverleibt, sondern bei einer Bank deponiert. Den Zins erhält das Mitglied alljährlich ausbezahlt. Solange der betr. Händler mit

Vertragslieferanten zufallende Vorteil ist ein offensichtlicher. Für ihn ist jegliche Verlustmöglichkeit ausgeschlossen. —

b) Die gesamthafte Zahlung erfolgt entweder sofort nach Eingang des Rapports oder an einem anläßlich des Vertragsabschlusses ein für allemal vereinbarten Verfalltag. Der ganze Zahlungsdienst der Einkaufsgesellschaften zeichnet sich durch strenge Pünktlichkeit aus. Die Größe der eingehenden Beträge und die zeitliche Präzision des Eingangs erleichtern dem Industriellen die Disposition ganz beträchtlich. Mit dem Wegfall des tropfenweisen Zuflusses von kleinen und kleinsten Zahlungen geht eine Verringerung der Illiquiditätsgefahr Hand in Hand.

c) Der Vertragslieferant kann seine Buchhaltung wesentlich vereinfachen, was bedeutende Einsparungen an Arbeitslöhnen und Material zur Folge hat. Zur Illustration ein praktisches Beispiel: Es ist anzunehmen, daß die Maggi-Gesellschaft in Kemptthal an alle Lebensmittelgeschäfte, die der UNION Olten angeschlossen sind, Waren liefert. Wäre diese Firma nicht Vertragslieferant der genannten Gesellschaft, so müßte sie in ihrer Buchhaltung jedem der 3000 UNION-Mitglieder ein besonderes Konto reservieren. Durch den Vertragsverkehr ergibt sich eine Reduktion auf ein einziges Konto, das im Monat bloß etwa 2—3 Sammelbuchungen aufzunehmen hat.

d) Auch der Korrespondenzverkehr erfährt eine fühlbare Entlastung.

e) Ferner fallen für den Vertragslieferanten alle Informationsspesen weg. Er ist der Mühe enthoben, sich über die Bonität der einzelnen Händler zu unterrichten.

---

seinen Zahlungen nicht in Rückstand gerät, bleibt seine Garantiehinterlage unberührt. Im gegenteiligen Falle legt die Zentrale Beschlag darauf und hält sich an ihr, je nach den Umständen, teilweise oder gänzlich schadlos. Ueber eine solche Einrichtung verfügen folgende Gesellschaften: K. E. G. Burgdorf (Garantie pro Mitglied Fr. 200.—) und UTO E. V. K. Zürich (Fr. 500.—).

f) Ebenfalls in Wegfall kommen die Unkosten, die entstehen, wenn die Warenbezüger Einzahlungen auf das Postscheck- oder Bankkonto des Lieferanten machen. Es verschwinden auch die Inkassogebühren aller Art, Betreibungskosten, Wechselstempel usw.

g) Ferner steht der Warenbericht der Einkaufsgesellschaft, welcher keine Inserate oder sonstwie bezahlte Empfehlungen aufnimmt, dem Vertragslieferanten für objektiv gehaltene Mitteilungen und Erläuterungen kostenlos zur Verfügung. Die Zentrale übernimmt auch den Versand von Propagandamaterial. Sie legt dasselbe den periodischen Warenberichten bei. Die kleine Entschädigung, welche sie für diese Mühewaltung verlangt, macht in der Regel nur etwa 25% der Kosten aus, die der Lieferant beim Selbstversand auslegen müßte.

h) Die Vertragsfirmen haben auch Aussicht auf eine Vermehrung ihres Umsatzes. Die angebotenen Preisminderungen bewirken, daß die Gesellschafter ihre Aufträge denjenigen Lieferanten zuleiten, welche bei der Zentrale akkreditiert sind. Da ihre Zahl eine beschränkte ist im Verhältnis zur Gesamtzahl der ehemals von den Mitgliedern benutzten Bezugsquellen, findet automatisch eine Konzentration der Kaufkräfte statt. Die gleiche Erscheinung kann noch weitere Vorteile nach sich ziehen, so z. B. eine Reduktion der Reklame- und Reisespesen.

i) Die Zusammenarbeit von Fabrikant und Händlerverband erleichtert zudem die Einführung neuer Waren und die Ausschaltung gewisser Nummern und Typen aus der Produktions- und Verteilungswirtschaft. —

Der vom Lieferanten der Gesamtheit dieser Vorteile gegenübergestellte *Preisnachlaß* setzt sich folgendermaßen zusammen: Delcredere-Vergütung plus Umsatzprämie plus Anteil an den erzielten Einsparungen.

Der Umfang der Preisminderung wird gewöhnlich in Prozenten des Warenwertes ausgedrückt und beläuft sich in

der Regel auf 4—15% desselben. Dem Verfasser sind jedoch Fälle bekannt, in denen die Lieferfirma eine Bonifikation von 20 und mehr Prozent gewährt. Der Abzug findet teils schon auf der dem Genossenschafter zugestellten Faktura statt, teils werden die Vergütungen der Einkaufsgesellschaft periodisch und in Sammelbeträgen ausgehändigt. Die Zentrale nimmt dann nach Jahresabschluß die Verteilung derselben unter die Mitglieder vor. Die Verteilungsprinzipien sind so gestaltet, daß sich für den einzelnen Genossenschafter kein Unterschied ergibt, ob er so oder anders zu seinem Bonus kommt.

Der an zweiter Stelle erwähnte Modus findet Anwendung im Verkehr mit denjenigen Lieferanten, bei welchen der Händlerzusammenschluß die größten Umsätze erzielt. Durch die damit verbundene Aufspeicherung der Bonifikationen erhält die Zentrale im Laufe des Jahres ansehnliche Geldbeträge in die Hand. An Zins gelegt oder als Betriebskapital verwendet, werfen sie bis zu ihrer Verteilung einen Ertrag ab, welcher einen namhaften Teil der Verwaltungskosten, die der Zentralstelle durch den Vertragsverkehr entstehen, zu decken vermag. Der verbleibende Unkostenrest macht sich durch einen kaum fühlbaren Abzug von der dem Genossenschafter am Ende des Jahres gutzuschreibenden Vergütungssumme bezahlt. —

Wie sich der Vertragsverkehr abwickelt, geht aus der Aufzählung der Vorteile klar hervor. Ergänzend muß bemerkt werden, daß die E.-G. des Verbandes Schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte in Basel und die Elektro-Einkaufsvereinigung Bern die hier behandelte Einkaufsmethode auf eine etwas primitivere Art betreiben als die übrigen Einkaufsverbände. Sie sind noch nicht dazu gekommen, für die von den Genossenschaftern kontrahierten Schuldverpflichtungen einzustehen, resp. sie gesamthaft zu begleichen. Die Mitglieder dieser Gesellschaften stehen mit ihren Lieferanten immer noch in direktem Zahlungsverkehr. Naturgemäß verringern sich dadurch die der Vertragsfirma zufallenden Vorteile ganz bedeutend. Es bleiben höchstens noch die unter g, h und i erwähnten

Besserstellungen übrig. Parallel dazu schmelzen begreiflicherweise auch die vom Fabrikanten gewährten Preisminderungen auf eine bloße Umsatzprämie zusammen, welche den Ansatz von 5% selten überschreitet. —

2. Spezialfragen aus dem Gebiete des Vertragsverkehrs.

a) Bei Durchsicht der im vorhergehenden Abschnitt aufgezählten Vorteile, die den Lieferanten aus dem Vertragsverkehr zufallen, wird sich der kritische Leser unbedingt folgende Fragen vorlegen: Gehen denn die Vorteile, welche die Einkaufsgesellschaft ihren Vertragslieferanten einräumt, nicht in Form von Nachteilen auf sie selbst über? Wenn ja, vermag die Summe der in Geldwerten ausgedrückten Nachteile den Inbegriff der erreichten Preisminderungen nicht auszugleichen?

Die erste Frage ist zu bejahen. Eine Ausnahme machen allerdings die unter b, h und i gekennzeichneten Besserstellungen (erleichterte Disposition, Verminderung der Illiquiditätsgefahr, Vermehrung des Umsatzes u. a.). Sie entstehen für den Industriellen auf Grund der bloßen Tatsache, daß er mit der Einkaufszentrale den Vertragsverkehr pflegt. Die andern vom Händlerzusammenschluß übernommenen „Nachteile" erfahren in dessen Händen eine starke Zusammenlegung.

Bei der UNION Olten betragen z. B. die durch den Vertragsverkehr verursachten Verwaltungskosten ungefähr 0,2% des damit erzielten Umsatzes. Wenn also beispielsweise ein Genossenschafter bei einem Vertragslieferanten für Fr. 100.— Waren einkauft, entstehen der Zentrale dadurch Unkosten im Durchschnittsbetrage von 20 Rappen. Angenommen, der betr. Lieferant gewähre einen Bonus von 8% (in unserem Falle also Fr. 8.—), so bleibt dem Warenbezüger immer noch ein Überschuß von Fr. 7.80. Bei den kleinern Gesellschaften erhöht sich der Unkostensatz ein wenig. Er übersteigt aber die Quote von 0,8% nirgends. Damit ist auch die zweite der oben gestellten Fragen beantwortet.

b) Als die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften noch in den Kinderschuhen steckten, hatten sie oft mit großen Schwierigkeiten zu kämpfen, wenn sie sich bei einem zukünftigen Vertragslieferanten Gehör verschaffen wollten. Das Blatt hat sich aber nach und nach gewendet. Heute verkörpert zumeist der Produzent diejenige Partei, welche die Aufnahme als Vertragslieferant nachsucht. Daß dem so ist, geht u. a. auch aus den von der UNION Olten aufgestellten „Verkehrsbedingungen für Vertragslieferanten" hervor. Es heißt dort:

„Die Einreichung von Offerten und der daraus resultierende Geschäftsverkehr haben zur Voraussetzung, daß diese Bedingungen von Ihnen restlos als verbindlich anerkannt sind."

Diese interessante Umgestaltung, die hauptsächlich im Lager der Spezereiwarenhändlerlieferanten rasch vorschreitet, erklärt sich folgendermaßen: Die Einkaufsvereinigungen waren von jeher bestrebt, nur mit der Elite der Produzentenschaft in Vertragsverkehr zu treten. Solange die Zahl der genossenschaftlich organisierten Händler unter einer gewissen Grenze blieb, verspürten die Nichtvertragslieferanten nichts von der Erscheinung „Konzentration der Kaufkräfte auf eine relativ kleine Gruppe von qualifizierten Lieferanten". Mit der Zeit kamen jedoch die Einkaufsgenossenschaften in die Lage, Tausende von Kaufkräften auf jene Vertrags-Unternehmen hinzulenken. Selbstverständlich wurde auch die Kundschaft der organisierten Detaillisten allmählich in diese Marschrichtung hineingezogen. Sozusagen auf einmal nahmen die Nichtvertragslieferanten die einsetzende Fahnenflucht wahr. Aus dem stetigen Anwachsen der Zahl der Gesuche um Aufnahme als Vertragslieferant kann geschlossen werden, daß vielerorts eine gewisse Angst vorhanden ist, von der Verteilungswirtschaft links liegen gelassen zu werden. Diese Furcht ist nicht ganz unbegründet, denn immer mehr Händler schließen sich der Konzentrationsbewegung an. Zudem befleißt man sich auch im Lager der Konsumgenossenschaften und der Filialgeschäfte einer Auswahlpolitik, die derjenigen der Händlerverbände nicht unähnlich ist.

Verschiedene Lieferfirmen, die Kontrakte mit großen Einkaufsgesellschaften abgeschlossen haben, fangen bereits an, sich dessen zu rühmen. Sie fügen ihren Empfehlungen in Fachblättern, Zirkularen usw. Bemerkungen bei wie „Lieferant der UNION Olten", „Seit 10 Jahren Vertragslieferant der K. E. G. Burgdorf" usw.

Selbstverständlich besinnen sich auch die Produzenten auf Maßnahmen, welche der oben gekennzeichneten Strömung Einhalt gebieten sollen. Eine Beherrschung des Konsummarktes durch den Detailhandel kann natürlich nicht in ihrem Interesse liegen. Demzufolge (und auch aus andern Gründen) treten nunmehr verschiedene inländische Produzentengruppen als Syndikate auf und rufen den Handelsorganisationen zu: Entweder nehmt ihr uns alle als Lieferanten auf, oder die Verbindung mit unserem Produktionszweig kommt nicht zustande. Falls die Zusammenschlüsse des Handels nicht zur Eigenproduktion übergehen wollen, sind sie gezwungen, den erstgenannten Weg zu wählen. Allerdings erfahren ihre Vertragslieferantenlisten dadurch unerwünschte Vergrößerungen. Als Beispiele solcher Produzentengruppen seien genannt der Verband Schweiz. Teigwarenfabrikanten (zirka 60 Mitglieder), das Zigarrensyndikat (40 Mitglieder), der Verband Schweiz. Seifenfabrikanten (30 Mitglieder), das Mercerie-Syndikat (30 Mitglieder), das Chocoladesyndikat (15 Mitglieder), das Kochfettsyndikat (15 Mitglieder), das Zündholzsyndikat (15 Mitglieder) und das Essigsyndikat (10 Mitglieder). Die genannten Verbände vereinheitlichen gewöhnlich auch die den Händlerzusammenschlüssen zu gewährenden Vergünstigungen.

Daß diese Syndizierung den Einkaufsgesellschaften nicht recht paßt, zeigt folgende an die Vertragslieferanten gerichtete Wendung aus den Verkehrsbedingungen der UNION Olten:

„Wir wollen Ihnen nicht verhehlen, daß wir in der Folge eher auf eine Reduktion als auf eine Vermehrung unserer Vertragslieferanten hinzielen."

Je nach Branche, Mitgliederzahl, räumlicher Ausdehnung, wirtschaftlichem und technischem Aufbau der betreffenden Or-

ganisation ist die Zahl der Lieferanten, mit welchen sie ein Vertragsverhältnis unterhält, eine verschiedene.

Name der E.-G.	Mitgliederzahl:	Zahl der Vertragslieferanten	Approx. Anteil des Vertragsverkehrs an den Gesamteinkäufen:
UNION Olten	3000	400	60 %
K. E. G. Burgdorf . . .	378	220	60 %
LIGA Basel	291	300	70 %
Spez.-E.-G. Zürich . . .	168	65	60 %
S. H. G. Oerlikon . . .	101	150	Nicht feststellbar
UTO Zürich	130	200	100 %
Société de l'Epicerie Genf	38	60	70 %
Elektro-E. V. Bern . . .	108	50	100 %
E. G. der Tapezier- und Möbelgeschäfte Basel .	451	60	30 %

Die Vertragslieferantenzahlen der verschiedenen Einkaufsgesellschaften beziehen sich nicht jedesmal auf andere Lieferfirmen. Ein und derselbe Industrielle kann mit mehreren Einkaufszentralen in Verbindung stehen, was bei einer großen Anzahl von Fabrikanten tatsächlich auch der Fall ist. Die Lieferantenkontingente würden wohl bedeutend kleiner sein, wenn sie nicht durch die Syndizierung zwangsläufig vergrößert worden wären.

c) Ein großer Teil der Erzeugnisse, die von den Einkaufsverbänden auf dem Wege des Vertragsverkehrs vermittelt werden, setzt sich aus sogenannten Schutzmarkenartikeln zusammen. Bei dieser Warenkategorie behält sich der Fabrikant vielfach die Fixierung eines obligatorischen Detailverkaufspreises vor, welcher vom Detaillisten respektiert werden muß, gleichgültig, ob er die betreffende Ware teuer oder billig eingekauft hat, ob er Warenhausbesitzer oder Kleinhändler ist. Die Gewinnmarge vergrößert sich hier also in dem Maße, wie der Einkaufspreis sinkt. Währenddem eine Gewinnvermehrung über das übliche Maß hinaus ehemals nur dem Großbe-

trieb des Einzelhandels möglich war, so ist sie heute trotz aller Hindernisse auch dem organisierten Kleinhändler zugänglich geworden. Ich schätze das Total der außerordentlichen Preisminderungen, welche die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften der Schweiz ihren Mitgliedern mittels des Vertragsverkehrs zuwenden, auf über 2,5 Millionen Franken pro Jahr.

Es wäre jedoch falsch, zu glauben, dieser Mehrertrag diene dem Händler ausschließlich als Einkommenszuschuß. Auch die Konsumentenschaft partizipiert daran zufolge der Tatsache, daß der Detaillist einen namhaften Teil jenes Mehrgewinns zur Herabsetzung der Verkaufspreise von Warenkategorien verwendet, die nicht unter den Begriff „Markenartikel mit obligatorischem Detailverkaufspreis" fallen. Daraus ergibt sich nun aber die Frage: Worin besteht denn der Nutzen, welcher dem Einzelhändler aus dem Vertragsverkehr zukommt, wenn doch die von den Lieferanten gewährten Extravergünstigungen teilweise oder gänzlich den letzten Verbrauchern abgegeben werden? In Beantwortung dieser Frage läßt sich folgendes sagen: Der Kleinhändler hat es letzten Endes nicht auf die Einkaufspreisminderung als solche abgesehen, sondern auf die verstärkte Konkurrenzfähigkeit und auf die daraus resultierende Umsatzvermehrung. Wie die Großbetriebe des Einzelhandels tendiert auch er dahin, den zum Lebensunterhalt notwendigen Geschäftsertrag aus einem möglichst großen Warenumsatz zu ziehen. Der Vertragsverkehr trägt wesentlich zur erfolgreichen Innehaltung dieser Zielrichtung bei.

d) Ein weiterer Vorteil des Vertragsverkehrs kommt in den Lieferantenvergütungen zum Ausdruck, welche die Zentrale im Laufe des Jahres aufspeichert, und die ihr zu einem nicht zu unterschätzenden finanziellen Rückhalt verhelfen. Ferner bleiben beim Vertragsverkehr alle Risiken, die aus der zu vermittelnden Ware selbst hervorgehen können (z. B. Absatzschwierigkeiten, Preisstürze, Verderbnis etc.), beim Lieferanten. Die genossenschaftliche Organisation bringt es mit sich, daß auch die dem Einkaufszusammenschluß aus der For-

derungsübernahme erwachsenden Verluste sozusagen gleich null sind.

e) Der Vertragsverkehr läßt sich unter Umständen mit einem sehr geringen Kapitalaufwand abwickeln. Dies wird erreicht, indem man den Monatsrapport des Lieferanten erst 30 Tage nach seinem Eingang reguliert. Bis zu jenem Zeitpunkt hat die Mehrzahl der Mitglieder die ihnen von den Lieferanten im vorhergehenden Monat zugestellten Fakturen bezahlt. Die Zentralstelle muß bloß noch für die Schuldverpflichtungen von Zahlungssäumigen mit ihren eigenen Mitteln einspringen.

Die UTO E. V. K. Zürich verfährt ausschließlich nach diesem System. Ihr Betriebskapital besteht nur aus den im Laufe des einzelnen Geschäftsjahres aufgespeicherten Umsatzprämien der Lieferanten. Die von den Mitgliedern einbezahlten Garantiebeträge finden keine geschäftliche Verwendung, sondern sie werden bei einer Bank deponiert.

Zu diesem Zahlungsmodus ist zu sagen, daß man den Vorteil des geringen Kapitalbedarfs wohl anerkennen muß. Ihm gegenüber wird jedoch der Lieferant eine gewisse Zurückhaltung bei der Festsetzung des Preisnachlasses an den Tag legen, da er seinen Rapport in der Regel erst 15 Tage nach dem mittleren Verfalltag der darin aufgezeichneten Fakturabeträge bezahlt erhält.

Zusammenfassung: Die Einkaufsart „Vertragsverkehr" ersetzt den Lagerverkehr dort, wo letzterer nicht die gewünschten Vorteile hervorzubringen vermag. Sie beschränkt sich jedoch nicht darauf, den Kleinhändler zur erfolgreichen Teilnahme am wirtschaftlichen Wettbewerb zu befähigen, sondern auch der als Vertragslieferant aufgenommene Produzent und der Konsument partizipieren an den kostenmindernden Wirkungen dieser Einrichtung.

§ 15. Die Kombination der in den §§ 12—14 behandelten Einkaufsarten.

Wie schon aus dem Wortlaut der Überschrift ersichtlich ist, handelt es sich hier nicht um eine Besprechung einer bis

jetzt noch nicht berührten Einkaufsmethode, sondern eher um eine Zusammenfassung der in den §§ 12—14 untergebrachten Ausführungen.

Aus der Zweckbestimmung der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften geht hervor, daß sie ihre Aufmerksamkeit in erster Linie auf die Organisation der rationellen Warenvermittlung hinlenken müssen. Die diesbezügliche organisatorische Tätigkeit hat in der Hauptsache drei Vermittlungsarten ausgebildet: Den gemeinsamen Auftrag, den Lagerverkehr und den Vertragsverkehr. Je nach den obwaltenden Umständen bedient man sich einer oder mehrerer der erwähnten Methoden. Die getrennte Behandlung der einzelnen Vermittlungsarten verunmöglichte bisher eine klare Übersicht über die von den verschiedenen Einkaufsgesellschaften angewandten Kombinationen. Dieser Mangel soll durch die unten aufgestellte Tabelle behoben werden.

Name der Gesellschaft	Gewählte Kombination
UNION Olten	Lagerverkehr - Vertragsverkehr
K. E. G. Burgdorf	do. - do.
LIGA Basel	do. - do.
Spezerei-Händler E. G. Zürich	do. - do.
S. H. G. Oerlikon	do. - do.
UTO Zürich	Vertragsverkehr
Union des Epiciers Genf	Gemeinsame Aufträge
Sté. de l'Epicerie Genf	do. do.
Vereinigung von Mitgliedern der UNION Olten in Lausanne	do. do.
Ges. Schweiz. Manufakturisten Oerlikon	Lagerverkehr
Mercerie Oerlikon	do.
Kleine Textildetaillisten-Gruppen	Gemeinsame Aufträge.
Vereinssortiment Olten	Lagerverkehr
Elektro-Einkaufsvereinigung Bern	Vertragsverkehr
E.-G. der Tapez.- u. Möbelgeschäfte Basel	Lagerverkehr - Vertragsverkehr

Es wäre falsch, die gleichzeitige Anwendung verschiedener Einkaufsarten als Komplikation mit unkostensteigernder Wirkung aufzufassen. Das Gegenteil ist der Fall. Die sich

ergebenden Arbeitszusammenlegungen und anderweitigen Vereinfachungen wirken im Sinne der Verminderung der Unkostenquote pro vermittelte Wareneinheit. Die Diskretionsvorschriften der Einkaufsgesellschaften verbieten leider die Wiedergabe ihrer Unkostensätze. Immerhin kann ich als Typus die Unkostenquote der UNION Olten anführen: Die Gesamtunkosten ($^3/_5$ Löhne, $^2/_5$ diverse andere Spesen) beliefen sich bei dieser Gesellschaft im Jahre 1924 auf 0,95 % des Totalwertes der vermittelten Waren.

Angesichts der Erfolge der Händlerzusammenschlüsse ist es nicht verwunderlich, daß in verschiedenen Köpfen der Gedanke entstand, durch Schaffung einer schweizerischen Einheitsfront auf dem Gebiete des Einkaufs die Schlagkraft des Kleinhändlerstandes noch zu steigern. Die praktische Verwirklichung dieses Projektes würde m. E. ein starkes Anschwellen des wirtschaftlichen und moralischen Erfolges der organisierten mittelständischen Privatwirtschaften zur Folge haben.

VI. Kapitel.

Weitere Maßnahmen der kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften zur Förderung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit ihrer Mitglieder.

§ 16. Zur Frage der Eigenproduktion.

Ursprünglich waren die Händlerorganisationen der Eigenfabrikation von Handelswaren aus prinzipiellen Gründen abgeneigt. Als Gegner der Selbstdetaillierung durch die Fabrikanten durften sie logischerweise auch nicht zur Selbstproduktion

greifen. Nachdem aber die Produzentenschaft vielerorts in das Gebiet der Händler eingedrungen ist, haben letztere ihre Grundsätze ebenfalls etwas larger gestaltet. Die durchgeführte Rundfrage ergab, daß bei verschiedenen Einkaufsgesellschaften mehr oder weniger große Ansätze zur Eigenfabrikation vorhanden sind. Die nachfolgende Einzeldarstellung gibt darüber näheren Aufschluß.

1. Die Ansätze zur Eigenproduktion bei den einzelnen Einkaufsgesellschaften.

Wenn die Kaffeeröstbetriebe der Kolonialwarenhändler-Einkaufsgesellschaften ebenfalls unter diesem Titel erwähnt werden, so geschieht dies deswegen, weil dieselben namentlich in technischer Hinsicht gewisse Merkmale von Fabrikationsanlagen an sich tragen. Hingegen kann die Röstung des Kaffees nicht als wesentlicher Produktionsprozeß gelten.

a) UNION Olten.

Diese Gesellschaft besitzt eine Kaffeerösterei, die zufolge ihrer Tagesleistung von ungefähr 5—6000 kg gebrannten Kaffees zu den leistungsfähigsten Röstbetrieben der Schweiz gezählt werden darf. Mit Hilfe dieser Anlage will man dem kleinen Kolonialwarenhändler jenes Gebiet zurückerobern, das ihm ehemals an die zumeist nach dem Filialgeschäft-System organisierten Kaffeespezialhäuser verloren gegangen war. Die Mehrzahl der Mitglieder glaubte zunächst nicht an den Erfolg einer derartigen Gegenaktion. Dessenungeachtet setzte die Gesellschaftsleitung ihre Meinung durch und ließ sich von der 1923er Generalversammlung ermächtigen, jedem der 3000 Mitglieder eine obligatorische Probesendung von 15 kg Röstkaffee zuzusenden. Sehr wahrscheinlich wäre aber diese Maßnahme ohne großen Nutzen geblieben, wenn man nicht zugleich auch die Konsumentenschaft zu beeinflussen versucht hätte. Dies geschah folgendermaßen: Man erleichterte ihr die Übersicht durch Beschränkung der Sortenauswahl auf sechs Röstkaffeetypen in verschiedenen Preislagen. Damit neben dem Geschmack auch das Auge des Konsumenten auf die einzu-

führende Ware gelenkt werde, füllte man den Kaffee in gefällige, mit der Firmamarke USEGO versehene Packung. Ferner sicherte die Zentrale sich und die Verbraucher vor der Willkür einzelner Händler auf dieselbe Art und Weise, wie viele Industrielle es tun. Sie setzte obligatorische Detailverkaufspreise fest und merkte dieselben vorsichtshalber auch auf den Packungen an.

Die untenstehenden Zahlen geben zu erkennen, daß das beschriebene Experiment von einem großen Erfolg begleitet war.

Im Januar, Februar und März 1924
fand der Versand der obligatorischen

Probesendungen statt	=	ca. 100 000 Pakete
Nachbestellungen April-Dezbr. 1924	=	ca. 500 000 Pakete

Zugleich steigerte sich auch der Umsatz der schon vor dieser Aktion in den Handel gebrachten offenen Kaffeemischungen. Die Rohkaffee-Einkäufe mußten deshalb innert weniger Jahre vervierfacht werden.

Rohkaffee-Einkäufe	1921	5 000	Sack
„ „	1922	7 000	„
„ „	1923	11 000	„
„ „	1924	19 000	„
„ „	1925	20 000	„

Die 20 000 Sack des Jahres 1925 machen ungefähr 10 % der gesamten schweizerischen Rohkaffee-Einfuhr aus.

Da die gekennzeichneten Vorkehren sich noch im Anfangsstadium befinden, können endgültige Urteile über sie nicht gefällt werden.

Die UNION Olten vermittelt noch weitere Artikel unter der Marke USEGO, so z. B. Kochfett, Schokolade, Konservengläser. Diese Waren produziert sie jedoch nicht selbst, sondern sie gibt dieselben bei einschlägigen Fabrikationsfirmen in Auftrag.

Von der finanziellen Beteiligung an Fabrikationsunternehmungen hat die Oltner Gesellschaft bis jetzt

abgesehen. Aus dem Protokoll der Generalversammlung vom 9. Juni 1924 geht jedoch hervor, daß auch in dieser Beziehung in absehbarer Zeit eine Wendung eintreten wird. Mit Hilfe der finanziellen Partizipation sollen weitere, dem unbeteiligten Outsider unzugängliche Vorzugsstellungen erobert werden. Schon die zweite Hälfte des Jahres 1924 brachte die erste praktische Auswirkung dieses Meinungsumschwungs, nämlich die Beteiligung an einer von bedeutenden Ostschweizer Firmen gegründeten Lagerhaus-Aktiengesellschaft mit Sitz in Wil (St. G.). Die Beteiligungsquote der UNION Olten beläuft sich auf 10 % (150 000 Fr.) des Aktienkapitals von Fr. 1 500 000. In einem Teil der Räumlichkeiten dieser Lagerhausgesellschaft wurde die für die Ostschweiz bestimmte UNION-Filiale eingerichtet.

b) K. E. G. Burgdorf.

Die K. E. G. Burgdorf betreibt ebenfalls eine Kaffeerösterei. Neben offenen Kaffeemischungen vermittelt sie in gleicher Weise wie die UNION Olten auch Paketkaffee. Eine obligatorische Einführung fand jedoch nicht statt. Weiterhin bringt diese Gesellschaft auch Tee und verschiedene Gewürze unter ihrer Firmamarke KEG in den Handel. Von einer finanziellen Beteiligung an Drittunternehmungen hat die Burgdorfer Vereinigung bis jetzt abgesehen.

c) LIGA Basel.

Auch diese Zentrale hat sich eine Kaffeeröstanlage zugelegt. Unter eigener Marke vermittelt sie Tee, Gewürze und Seifenpulver.

d) S. H. G. Oerlikon.

Sie besitzt ebenfalls eine eigene Kaffeerösterei.

e) Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten Oerlikon.

In Bezug auf Umfang der Eigenproduktion steht dieser Zusammenschluß an der Spitze der schweizerischen Einkaufsgesellschaften. Die G. S. M. fabriziert in einer eigenen Weberei nebst Wolldecken auch Herren- und Damenkleiderstoffe. Diese Stoffe werden teils an die Mitglieder abgegeben, teils kommen

sie in die Konfektionsabteilung zur Weiterverarbeitung. Auf Grund der statutarischen Bestimmung (§ 1): „Die Genossenschaft kann sich an inländischen Fabrikationsgeschäften beteiligen", kontrolliert die Manufakturistengesellschaft neben ihren eigenen Betrieben auch noch ein anderes Fabrikationsgeschäft der Textilbranche.

f) MERCERIE Oerlikon.

Dieser Verband befaßt sich mit der Eigenproduktion von Trikotwaren und Wäsche.

2. Kritik der Eigenfabrikation.

Auf Grund der Ausführungen des vorhergehenden Abschnittes läßt sich folgendes feststellen: Die Einkaufsgesellschaften der Spezereiwarenhändler stehen der Selbstherstellung von Handelswaren vorläufig noch fern. Die Anschaffung von Röstmaschinen darf, wie schon früher angedeutet, nicht als Übergang zur industriellen Betätigung aufgefaßt werden. Diese Maßnahme ist vielmehr ein typischer Ausfluß händlerischer Denkart. Wie sie dies auf allen ihren Wirkungsgebieten zu tun gewohnt ist, strebt die Händlerschaft auch im Handel mit Kaffee nach größtmöglichster Anpassung an die Wünsche der Konsumenten, welche den Rohkaffee bekanntlich nicht mehr auf dem eigenen Herd rösten wollen.

Als Organisationen mit Eigenfabrikation fallen demnach nur die Gesellschaft schweizerischer Manufakuristen und die MERCERIE Oerlikon in Betracht. Der nähere Beweggrund der Inangriffnahme dieses Geschäftszweiges ist aber in diesen zwei Fällen nicht in einem spontan entstandenen Trieb zu suchen, sondern in der Unnachgiebigkeit gewisser Lieferantengruppen. Die Lockung der Möglichkeit, den betreffenden Artikel bei Selbstherstellung zu einem bedeutend niedrigeren Preise vermitteln zu können als bei Beschaffung desselben durch Einkauf, war so stark, daß sie selbst die dem reinen Händler innewohnende Abneigung zu gewerblicher Tätigkeit zu überwinden vermochte. Immerhin beschränken sich die genannten Einkaufsgesellschaften hauptsächlich auf die Her-

stellung von Waren, die nicht allzusehr den Modeströmungen unterliegen: Wolldecken, Wäsche, Herrenkleiderstoffe. Die Fabrikation von Modeartikeln überläßt man in der Regel dem eigentlichen Industriellen.

Auch in Bezug auf die finanzielle Beteiligung an Drittunternehmungen zwecks Erlangung von Vorzugsstellungen gehen die Händlervereinigungen sehr vorsichtig vor. Jede Mitwirkung als unbeschränkt haftender Teilhaber wird abgelehnt. Man hält sich lieber an die Partizipation mittelst Aktienerwerb. Die in der Regel relativ leicht verwertbare Aktie kommt dem dem Händler eigenen Streben nach Liquidität in weitergehendem Maße entgegen als andere Beteiligungsarten. Ähnliche Überlegungen haben auch dazu geführt, daß sich die UNION Olten vorerst nur zur Mithilfe bei der Finanzierung einer Lagerhausunternehmung entschließen konnte. Es ist dies ein Beteiligungsobjekt, das der Willkür der Konjunkturen weniger unterworfen ist als ein Fabrikationsgeschäft.

Einige Gefahren, welche der Eigenproduktion und der finanziellen Beteiligung anhaften, scheinen demnach der Händlerschaft nicht unbekannt zu sein. Der Übergriff in den Tätigkeitsbereich der Industrie kann aber noch weitere, bis jetzt noch nicht berührte Folgewirkungen mit sich bringen.

Vor allem sei auf die durch die Einrichtung von Fabrikationsanlagen hervorgerufene finanzielle Belastung des Genossenschafters aufmerksam gemacht. Die aus dieser Maßnahme resultierenden Einkaufspreisvorteile vermögen die Nachteile, welche demselben aus der Einbuße an verfügbaren Betriebsmitteln erwachsen, wohl nicht immer aufzuwägen. Ferner entsteht für die einer selbstfabrizierenden Gesellschaft angeschlossenen Händler gewissermaßen eine andauernde Verpflichtung zum Bezug von Produkten aus der Genossenschaftsfabrik. Kommen sie dieser Pflicht nicht nach, so wird häufig der finanzielle Zusammenbruch der Industrieunternehmung und der Verlust der beigesteuerten Geldmittel nicht zu vermeiden sein. Gelingt es ihnen hingegen, die Fabrikationsanlage zufolge reger Bezüge vor einem Fiasko zu beschützen, so wird sich unter Umständen früher oder später eine andere

nachteilige Wirkung geltend machen. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, daß die Mannigfaltigkeit der Warenkollektion des Händlers durch die Standardprodukte aus dem genossenschaftlichen Industriebetrieb eine fühlbare Beeinträchtigung erfährt. Bekanntlich gehört aber gerade die große Kollektion in Warentypen und Preislagen zu den wichtigsten Wirtschaftsfaktoren des Händlers. Jede Vorkehr, einer Einkaufsgesellschaft, die geeignet ist, die Genossenschafter in diesem Punkte zu schwächen, muß gewissermaßen als Handlung gegen die in den Statuten niedergelegte Zweckbestimmung betrachtet werden.

Abgesehen davon ist die Genossenschaft nicht die ideale Rechtsform für den Betrieb einer Fabrikationsunternehmung. Die letztere hat zu ihrem Gedeihen regelmäßig einen festen Kapitalfonds nötig; und über einen solchen verfügt diese Gesellschaftsart nicht.

Obige Betrachtungen über die Frage der Selbstherstellung von Handelswaren durch die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften mögen zeigen, wie schwer es für dieselben ist, sich unter gleichzeitiger Wahrung der Mitgliederinteressen auf dem Boden der Eigenfabrikation zu bewegen.

§ 17. Die Einkaufsgesellschaft als Kreditvermittlerin.

Beinahe alle Einkaufsgesellschaften stellen in ihren Statuten die Norm auf: „Rechtlich kann kein Mitglied einen größeren Warenkredit beanspruchen, als der Betrag der bezahlten Anteilscheine ausmacht". Zudem halten die Händlerzentralen sehr darauf, daß die in der Regel auf 30 Tage zahlbaren Schuldverpflichtungen von den Mitgliedern unter Beobachtung größter Pünktlichkeit beglichen werden. Verspätungen ziehen eine 6prozentige Verzugszinsberechnung nach sich. Wiederholte Verschleppung führt zum Ausschluß des betreffenden Mitgliedes aus der Genossenschaft oder zum zeitweisen Entzug des Warenbezugsrechtes. Mit diesen Mitteln soll dem Händler die Voraussetzung zur Einrichtung der veralteten Borgwirtschaft entzogen werden. Sowohl die eigenen wie auch die Lieferungen der Vertragslieferanten werden von dieser Strenge betroffen.

Zufolge der soeben gekennzeichneten Vorkehren müssen aber viele Händler zeitweise (etwa vor Weihnachten, vor Beginn der Saison an Fremdenorten und in anderen Spezialfällen) Bankkredite in Anspruch nehmen. Die Einkaufsgesellschaften legten sich deshalb auch die Frage vor: Wie verschaffen wir unsern Mitgliedern im Bedarfsfalle billigen Kredit?

Bevor die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften finanziell erstarkt waren, mußten sie dieser Frage mit verschränkten Armen gegenüberstehen. Die Sachlage veränderte sich im Laufe der Nachkriegsjahre. Die enormen Preissteigerungen der Jahre 1914 bis 1920 hatten die Händlerverbände zu einer bedeutenden Erhöhung ihrer Anteilschein- und Obligationenkapitalien veranlaßt. Als aber die Warenpreise wieder sanken, wurden vielerorts ansehnliche Teile des Betriebsvermögens frei. (Rückzahlungen wurden m. W. nirgends vorgenommen. Ebenso haben die obligatorischen Anteilbeträge keine Reduktion erfahren.) Auf diese Art und Weise kamen die Einkaufszentralen beinahe auf einmal in den Besitz großer Summen überflüssigen Geldes, das einer nützlichen Verwendungsart harrte. Durch diese finanzielle Festigung, die immer noch im Wachsen begriffen ist, wurde die Kreditbeschaffung in ein wesentlich günstigeres Licht gerückt. Man hielt deshalb mit Lösungsversuchen nicht zurück. Seitens der Banken wurde der Vorschlag gemacht, die Einkaufsorganisationen sollten für ihre Mitglieder beim Kreditgeber Bürgschaft leisten, eine Methode, die bekanntlich von den gewerblichen und bäuerlichen Bürgschaftsgenossenschaften in Anwendung gebracht wird. Den Händlerzusammenschlüssen wollte jedoch dieser Plan nicht recht einleuchten. Bei genauem Nachdenken tritt der Grund der Ablehnung offensichtlich zu Tage. Die Verwirklichung des obengenannten Vorschlages zöge nämlich eine seltsame Verquickung nach sich. Die Zentrale hätte für die Darlehen, die zur Bezahlung der ebenfalls durch sie auf irgend eine Art vermittelten Waren aufgenommen würden, selbst Sicherheit zu leisten.

Wie man einer derart anormalen Verschachtelung aus dem Wege ging, zeigt folgende Stelle aus dem Referat über die

Kreditfrage im Spezereihändlerstand, das Direktor G. Brandenberger von der UNION Olten anläßlich der Delegiertenversammlung des Schweiz. Spezereihändlerverbandes vom 23. September 1923 hielt: [1])

„Wenn die Einkaufsorganisation für das Geld, das sie von ihren Mitgliedern bekommen soll, Garantie übernehmen muß, so ist es ja nur ein kurzer Schritt weiter, um zu sagen: Sie gewährt den betreffenden Kredit gerade direkt, ohne die Banken in Anspruch zu nehmen. Das haben wir jetzt schon in ziemlich ausgedehntem Umfang und bei durchaus zufriedenstellenden Resultaten in der UNION Schweiz. Einkaufsgesellschaft Olten (U. S. E. G. O.) verwirklicht. Die Sache wird dadurch erleichtert, daß ja, wie bekannt, vor Aufnahme eines Mitgliedes sowieso eingehende Erhebungen gemacht und Auskünfte eingezogen werden, und auch außer der Übernahme des erforderlichen Anteilscheinbetrages nötigenfalls weitere Sicherheiten gestellt werden müssen. Auch die ständige Überwachung des Mitgliedes ist ja ohnehin erforderlich.

Was ist also einfacher, als daß sich das betr. Mitglied, sei es nun durch Schaffung einer besonderen Bankabteilung in der Einkaufsorganisation oder auch ohne solche, ein Kontokorrent eröffnen läßt, sein bares Geld fortlaufend einzahlt und sich die fällig werdenden Fakturen wieder belasten läßt. Das hat eine Reihe von Vorzügen, die wir hier nicht alle ausspinnen können, aber jedenfalls einmal den, daß der betreffende Detaillist von seinen Lieferanten unabhängig wird und, wenn er vorübergehend Kredit braucht, denselben nur an e i n e r Stelle und nicht bei verschiedenen Firmen oder Banken nachsuchen muß. Zum andern bleibt eine solche Kreditgewährung durch die eigene Organisation mindestens so diskret wie bei gewissen Lokalbanken, wo in dieser Hinsicht, wie man uns schon oft sagte, einiges zu wünschen übrig bleibt. Der betreffende Kontokorrentinhaber hat einen einzigen zentralen Geldverkehr. Braucht er Geld für andere Zwecke, kann er mit den Einzahlungen zurückhalten; hat er mehr, so zahlt er eben auf Kontokorrent ein und erhält dafür Zins. Er hat dabei noch die Genugtuung, mit seinen freien Geldern seine Kollegen und seinen Stand zu unterstützen."

---

[1]) Abgedruckt in der Schweiz. Spezereihändlerzeitung vom 12. Okt. 1923 (12. Jahrgang Nr. 41).

Da der oben gekennzeichnete Geschäftszweig immer noch mehr oder weniger provisorischer Natur ist, hat er in der Bilanz der UNION die ihm gebührende Spezialbehandlung noch nicht gefunden. Es ist deshalb sehr zu begrüßen, daß gegenwärtig Vorbereitungen im Gange sind, welche auf die Schaffung einer besonderen Bankabteilung hinzielen. Diese wird sehr wahrscheinlich ein separates Anteilscheinvermögen erhalten, das alljährlich eine Vermehrung erfahren soll durch Umwandlung eines Teils der Lieferantenvergütungen in Anteilbeträge. Immerhin geht aus folgenden, der Bilanz vom 31. Dezember 1925 entnommenen Zahlen deutlich hervor, wie sich die oben erwähnte statutarische Bestimmung: „Rechtlich kann kein Mitglied einen größeren Warenkredit beanspruchen, als der Betrag der gezahlten Anteilscheine ausmacht", in der Praxis ausnimmt:

Debitoren (warenbeziehende Mitglieder) . .	Fr. 4 178 314.63
Anteilscheinkapital	Fr. 2 600 000.—
Kreditoren (Warenlieferanten u. Mitglieder)	Fr. 3 829 973.78
Empfangene Sicherheiten	Fr. 749 497.—

Neben der UNION gewährt auch die Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten ihren Mitgliedern ansehnliche Kredite. Sie hat die Krediterteilung bereits statutarisch geordnet. Eine Ausscheidung dieses Geschäftszweiges hat aber auch hier noch nicht stattgefunden. Die wichtigsten Daten des in Frage kommenden § 8 des Geschäftsreglements der G. S. M. lauten folgendermaßen:

„Der Verwaltungsrat kann sowohl gedeckte als ungedeckte Kredite ausmessen. Die Kreditgewährung hat sich auf zuverlässige Informationen und persönliche Kenntnis der Verhältnisse zu stützen. An Mitglieder, die keine geordnete Buchhaltung führen und die Brandversicherung ihres Warenlagers nicht ausweisen, darf überhaupt kein Kredit bewilligt werden. Wer Blankokredit beansprucht, darf ohne Einwilligung des Verwaltungsrates Bürgschaften über Fr. 2000.— nicht eingehen. Als Deckung sind Stammanteile und Obligationen unserer Genossenschaft zu bevorzugen; derartig gedeckte Kredite werden nicht begrenzt und genießen eine Zinsbegünstigung. Fremde Deckung ist nur in beschränktem Umfang zu-

lässig. Als Maximum für fremde Deckung wird Fr. 50 000.— normiert und zwar nur dann, wenn der vorhergehende Semesterumsatz so viel oder mehr betragen hat. Blankokredite dürfen nur auf eingereichte wahrheitsgetreue Bilanzen eingeräumt werden und einen durchschnittlichen Semesterumsatz des Mitgliedes bei der Genossenschaft nicht übersteigen. Der Verwaltungsrat hat halbjährlich die Debitorenausstände und die Faustpfänder prüfen zu lassen, Überschreitungen, wo nötig, durch seinen Aktuar rügen zu lassen und, falls diese Mahnung erfolglos bliebe, an der nächsten Generalversammlung die Namen der betr. Schuldner zu verlesen."

Ebenso befaßt sich auch ein Teil der übrigen Gesellschaften, wenn auch nicht in dem Maße wie die zwei obengenannten Zusammenschlüsse, mit der Gewährung von Krediten an kapitalbedürftige Mitglieder.

Der Gesamtheit dieser Anordnungen stehen hauptsächlich drei Enderfolge gegenüber:

1. Verbilligung des kurzfristigen Kredits um 1—1½ % (am Ansatz der Banken gemessen).
2. Wegfall aller Unannehmlichkeiten bei der Einholung der Bewilligung zu einem gerechtfertigten Kreditgesuch.
3. Grundsteinlegung zur Regelung des Kreditwesens im Kleinhändlerstand.

Zufolge dieser Tatsachen ist der auf die Gründung einer schweizerischen Kleinhändlerbank oder der auf die Beteiligung an einer zukünftigen schweizerischen Gewerbebank gerichtete Gedanke fast gänzlich verschwunden. An seine Stelle ist ein neuer Programmpunkt getreten: Ausbau der bestehenden Ansätze für eine billige und rasche Kreditbeschaffung durch die Einkaufsorganisationen.

An diesem Eindringen der kleinhändlerischen Einkaufsverbände in den ihnen bis anhin völlig fremden Geschäftskreis der Banken darf der Theoretiker nicht kritiklos vorübergehen. Vorerst sei die Frage aufgeworfen: Begehen denn die Einkaufsgenossenschaften nicht einen logischen Fehler, wenn sie auf der einen Seite die sogenannten Kreditgrossisten bekämpfen und auf der andern Seite selbst eine systematische Kredit-

vermittlung ins Leben rufen? Ein Hinweis auf die durchaus kurzfristige Natur der in Rede stehenden Kredite entkräftet diesen Einwand. Es wäre falsch, dieselben mit den Dauerstundungen der genannten Großhändlerkategorie zu verwechseln. Die Einkaufszentrale hat übrigens gar kein Interesse daran, die Gesellschafter nach der Art der Kreditgrossisten an sich zu fesseln. Ebenso ist keine Vergleichsmöglichkeit mit den Sparkassen der Konsumvereine gegeben. Diese Institute stehen in der Regel nicht im unmittelbaren Dienste der Mitglieder, sondern sie haben den Zweck, den betreffenden Verbrauchergenossenschaften billige Betriebsmittel zu verschaffen. Ausdrücklich sei darauf aufmerksam gemacht, daß die Händlerzentralen in ihrer Eigenschaft als Kreditvermittlerinnen nicht mit Spargeldern arbeiten. Ihre Darlehen setzen sich aus Teilen des Anteilscheinvermögens, des Obligationenkapitals und aus überflüssigen Betriebsmitteln der Genossenschafter zusammen. Die Geschäftsleitung ist befugt, diese Gelder zur Verfolgung aller jener Zielrichtungen zu verwenden, zu denen die Miglieder ihre Zustimmung gegeben haben. Zu diesen gehört neuerdings auch die Verbesserung der Kreditvermittlung im Kleinhändlerstand. Über die moralische Berechtigung zur Kreditgewährung brauchen demnach die Einkaufszentralen keine kritischen Einreden gelten zu lassen.

Dies alles besagt jedoch noch nicht, daß die Händlergenossenschaften immun seien gegen jene gefährlichen Erscheinungen, zu deren Verhütung die Banken besondere Verwaltungsstellen unterhalten. Ich denke dabei an die Illiquidität und an den gefürchteten Run. Wohl sind die Genossenschafter als scheinbar risikowillige Geschäftsleute anzusprechen. Im Grunde genommen gehören sie aber, wie dies beim Großteil der mittelständischen Elemente zutrifft, zu den kleinen Sparern, die sich bekanntlich schon durch ein an sich harmloses Gerücht zu einem Sturm auf die Schalter der Banken verleiten lassen. Und Quellen für derartige Gerüchte gibt es bei einer Einkaufsvereinigung eher noch in vermehrtem Maße als im Bankbetrieb.

Die stets drohende Gefahr der (wenn vielleicht auch nur momentanen) Illiquidität ist jeder Waren umsetzenden Un-

ternehmung gewissermaßen angeboren. Betreibt sie neben dem Warengeschäft noch den oben beschriebenen Kreditvermittlungsdienst, so tritt eine weitere Gefahrenquelle hinzu, nämlich die bankmäßige Illiquiditätsmöglichkeit. Man darf sogar sagen, die Wahrscheinlichkeit des Eintrittes dieses Zustandes sei bei einer Einkaufsgesellschaft eher noch größer als bei einem reinen Bankinstitut. Als Begründung genügt die Feststellung, daß die Zentrale dem Kreditgeschäft nicht immer die ihm gebührende sorgfältige Behandlung zuwenden kann, weil ihre Aufmerksamkeit in erster Linie vom Wareneinkauf und Vertrieb in Anspruch genommen wird. Zudem ist die Einkaufsgesellschaft naturgemäß nicht in der Lage, das Gesamtrisiko auf verschiedenartige Erwerbsgruppen zu verteilen.

Weiterhin kann ein relativ kleiner Preissturz auf irgend einer Lagerware der Genossenschaft an einem einzigen Tage Buchverluste zufügen, die in die Zehntausende von Franken gehen. Der erfahrene Fachmann wird sich darob kaum stark aufregen. Er vertröstet sich auf den Zeitpunkt, an dem ihm die Konjunktur den Verlust wieder ausgleicht. Anders der kleine Händler. Er mißt einem solchen Vorfall, sofern er davon Kenntnis erhält (was allerdings selten vorkommt), vielleicht eine ruinierende Wirkung bei. Sofort greift er zu Maßnahmen, welche die Realisierung seines allfälligen Guthabens bei der Verwaltungsstelle zum Zwecke haben. Sollte sich die einmal ausgelöste Bewegung einem größeren Mitgliederkreise mitteilen, so würde die Zentrale wohl nicht ganz ungefährdet dastehen. Allerdings muß gesagt werden, daß dieselbe bei der Auswahl der Abwehrmittel gegen einen solchen Run nicht so eingeengt ist wie eine Bank. Sie kann die Genossenschafter entweder mit Barüberweisungen oder, falls sich zum Run noch die Illiquidität gesellen sollte, durch Warenlieferungen befriedigen. Wenn aber derartige Vorkommnisse auch nicht zum Zusammenbruch führen, so lassen sie dennoch regelmäßig schwerwiegende Vertrauens- und Wirtschaftsschäden mit nachhaltiger Wirkung zurück.

Die aus der Kreditvermittlung sich ergebenden Gefahrenmomente sind also nicht in der eventuellen Zahlungsunfähig-

keit eines oder mehrerer Kreditnehmer zu suchen. Nach *dieser* Seite hin gibt der Umfang des Risikos zu keinen Befürchtungen Anlaß. Bekanntlich kennt die Einkaufszentrale die Geschäftsbetriebe und das Geschäftsgebahren der Genossenschafter bis in alle Einzelheiten hinein. Sie behält zudem die Kontrolle über die zweckmäßige Verwendung der gewährten Kredite in der Hand. Die Waren, welche der Kreditnehmer einkaufen will, werden ja durch die Gesellschaft selber vermittelt. Außerdem verlangt man im gegebenen Falle auch Sicherheiten in Form von Bürgschaften und Faustpfändern.

Die oben angebrachte Kritik soll nicht als strikte Ablehnung jeder Kreditvermittlung durch die Einkaufsgesellschaften aufgefaßt werden, sondern nur eine Mahnung zur Vorsicht sein. Es scheint, daß sich übrigens auch die Praxis zum Teil der Unzulänglichkeit der gegenwärtigen Einrichtungen auf diesem Gebiete bewußt ist. Wie schon zu Anfang dieses Paragraphen bemerkt wurde, plant beispielsweise die UNION Olten die Schaffung einer sowohl rechtlich als auch wirtschaftlich von der Warenvermittlungsstelle getrennten Bankabteilung mit fachmännischer Leitung. Diese zukünftige Organisationsform der Kreditgewährung wird dem Theoretiker zweifellos weniger Anhaltspunkte zu kritischen Bemerkungen darbieten als die heutige.

§ 18. Anderweitige Maßnahmen.

Die bis dahin noch nicht behandelten Vorkehren der Einkaufsgesellschaften, zwecks Hebung der Leistungsfähigkeit der Kleinbetriebe des Einzelhandels, lassen sich in zwei Gruppen einteilen, in direkte und indirekte Maßnahmen.

1. Direkte Maßnahmen.

a) Die genossenschaftliche Einkaufsstelle dient ihren Mitgliedern auch als B e r a t e r i n bei der Erledigung von wirtschaftlichen und juristischen Fragen aller Art. Zugleich spielt sie die Rolle eines *Nachweisbureaus* für den Bezug von Waren, die von ihr nicht selbst vermittelt werden. Eine weitere Funktion ist diejenige einer W a r e n b e g u t a c h t u n g s -

stelle. Vereinzelt werden den Genossenschaftern auch qualifizierte Arbeitskräfte vermittelt.

b) Von eminenter Wichtigkeit für die Hebung der Konkurrenzfähigkeit der kleinhändlerischen Privatwirtschaften sind die von den Händlerorganisationen veranstalteten Berufsbildungskurse. Sowohl die Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten als auch die MERCERIE in Oerlikon organisieren Schaufenster-Dekorationskurse. Damit sollen die Genossenschafter in den Stand gesetzt werden, den Warenhäusern auch auf dem Gebiete der Schaufensterdekoration nachzueilen. In der Regel betraut man eine Kunstgewerbeschule mit der Durchführung dieser Kurse. Der Lehrplan umfaßt jeweils folgende Fächer: Farben- und Proportionslehre, Anleitung zur Beschaffung von Dekorationsmaterial, Anfertigung von Laden- und Schaufensterplakaten, praktische Dekorationsübungen, Vorträge über Käuferpsychologie.

Außer den beiden Oerlikoner Gesellschaften führen auch der Schweiz. Rabattverband und einige städtische Händlervereinigungen Schaufensterdekorationskurse durch. Damit im folgenden nicht noch einmal das vorliegende Thema gestreift werden muß, seien die auf Veranlassung der UNION Olten veranstalteten Berufsbildungskurse des Schweizerischen Spezereihändlerverbandes schon hier erwähnt. Der erste dieser Kurse fand im Oktober 1924 satt. Die Teilnehmerzahl bezifferte sich auf 80. Weitere 100 Anmeldungen konnten wegen Platzmangel und auch aus pädagogischen Gründen nicht berücksichtigt werden. Das Lehrerkollegium setzte sich aus 8 Praktikern und 4 Akademikern zusammen. Ein Kursgeld wurde nicht verlangt. Das durchgearbeitete Lehrprogramm darf als sehr umfassend bezeichnet werden.

Lehrfächer: Kalkulation, Buchhaltung, Korrespondenz, Warenkunde, Lebensmitteluntersuchung, Transportwesen, Schaufensterdekoration, Behandlung einiger Kapitel aus dem Obligationenrecht.

Einzelvorträge: (einige davon mit nachfolgender Diskussion) Markt und Börse; Zeitungsreklame; Ladenbedienung und moderne Geschäftsführung; aktuelle Fragen beim gemeinschaftlichen Einkauf; Keller und Magazin; Spezereihändler

und Volkswirtschaft; Mittelstandspolitik; Geschäftserfolg und Lebenserfolg.

In Anlehnung an die theoretischen Erörterungen wurden mehrere Handels- und Industriebetriebe einer Besichtigung unterworfen. Die hohe Befriedigung der Kursteilnehmer ließ die Verbandsleitung zum Entschlusse kommen, von nun an jedes Jahr ein bis zwei Kurse obiger Art (unter eventueller Spezialisation auf eine kleinere Anzahl von Lehrfächern) durchzuführen.

Trotz dieser anerkennenswerten Schritte muß gesagt werden, daß die Schweizer Händler hinsichtlich Ausbau des Berufsbildungswesens noch hinter ihren Kollegen in Deutschland und Frankreich zurückstehen. Namentlich die französischen Kleinhändlerorganisationen wirken auf diesem Gebiete bahnbrechend.

2. Indirekte Maßnahmen.

a) Den Großteil der allgemein-standespolitischen Arbeit übergeben die Einkaufsgesellschaften den Schutz- oder Interessenverbänden ihrer Branche. In der nachfolgenden Aufzählung sind diejenigen Verbände genannt, die sich in der Beeinflussungssphäre der Einkaufszusammenschlüsse befinden:

Schweiz. Spezereihändlerverband.
Schweiz. Textildetaillistenverband.
Schweiz. Buchhändlerverein.
Verband Schweiz. Tapezier- und Möbelgeschäfte.
Verband Schweiz. Elektro-Installationsgeschäfte.

Der Einfluß der Einkaufsgesellschaften auf ihre Branche-verbände ist vielfach ein großer. Einige Verbandsleitungen rekrutieren sich fast gänzlich aus Direktoren, Verwaltungsratsmitgliedern und andern Angehörigen von Einkaufsgenossenschaften. Die Hauptaufgabe der Schutzverbände besteht in der allseitigen Verfechtung der Mitgliederinteressen. Die Verbandssekretariate dienen den angeschlossenen Händlern auch als Beratungsstellen. In der Regel gibt jede Organisation eine Fachzeitung heraus, in welcher sich das ganze Verbandsleben widerspiegelt. Außerdem enthalten diese

Fachblätter Marktberichte, belehrende Aufsätze und Inserate von Branchelieferanten. Im großen und ganzen ergänzen sich die Leistungen der Einkaufszentralen und der Interessenverbände. Gewisse Zweispurigkeiten lassen sich allerdings nicht vermeiden.

b) Ein Teil der händlerischen Schutzverbände steht wiederum in engem Kontakt mit dem Schweizerischen Rabattverband, welcher hier ebenfalls mit einigen Worten gestreift werden soll. [1]) Er wurde gegründet am 4. Oktober 1904 und hat seinen Sitz in Biel. Laut § 1 seiner Statuten bezweckt der Schweizerische Rabattverband

„durch den Zusammenschluß selbständiger Kaufleute und Gewerbetreibender die gedeihliche Entwicklung des Detailhandels, die Förderung des Barverkehrs, die Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs und Geschäftsgebarens, sowie die Pflege der Standesehre. Diese Zwecke sucht er zu erreichen durch die Organisation der gemeinsamen und einheitlichen Rabattabgabe in Sektionen, Herausgabe von Zeitungsorganen, Veranstaltung von Vorträgen und Kursen und Vertretung der Postulate des kaufmännischen Mittelstandes bei den Behörden und gegenüber der Öffentlichkeit."

Der Gewährung von Rabattbezügen an die Konsumenten liegen hauptsächlich zwei Gedanken zu Grunde: Förderung des Barverkehrs zwischen Händler und Verbraucher und Schaffung eines Gegengewichts zur Gewinnrückvergütung der Konsumvereine.

ad Förderung des Barverkehrs:

Die Detailverkaufspreise werden vom Einzelhandel zumeist ohne Rücksichtnahme auf die Zahlungsart der Kunden kalkuliert. Es ist aber durchaus recht und billig, wenn bei gleichen Preisen der barzahlende Kunde besser gestellt wird

---

[1]) Literatur: Statuten des Schweiz. Rabattverbandes; Reglement betr. die Herausgabe des Schweiz. wirtschaftlichen Volksblattes; C. Olivier, Die einheitliche und organisierte Rabattabgabe; H. Faucherre, Die Händler-Rabattsparvereine (Jena 1912); C. Olivier, Anleitung zur Einführung des Schweiz. wirtschaftl. Volksblattes; Schweiz. wirtschaftl. Volksblatt; Berner Geschäftsblatt; Der kaufmännische Mittelstand; Spezialberichte.

als derjenige, welcher die Waren auf Borg kauft. Diese Überlegung findet ihre sachliche Auswirkung in der Gewährung einer 5—10prozentigen Prämie (Rabatt, oder genauer: Skonto) an den barzahlenden Käufer. Damit soll die Konsumentenschaft mehr und mehr zur Anwendung des Barzahlungssystems angehalten werden, welches als eine der Grundbedingungen für die ersprießliche Berufstätigkeit des Geschäftsmannes eingeschätzt werden darf. Der Barverkehr übt auch einen günstigen Einfluß aus auf die Privatwirtschaft des Verbrauchers.

ad Schaffung eines Gegengewichts zur Gewinnrückvergütung der Konsumvereine:

Die einfachste Vergütungsart wäre wohl der direkte Abzug der Barzahlungsprämie bei der Einforderung des Kaufpreises. Dies ist denn tatsächlich auch der ursprünglich angewandte Modus. Damit war jedoch der hauptsächlich durch die Konsumvereine angeregten Dividenden-Freudigkeit eines Großteils des Publikums nicht Genüge geleistet. Der Konsument will die innerhalb eines bestimmten Zeitabschnittes erworbenen Vergütungen lieber in einem einzigen Posten ausbezahlt erhalten als in kleinen Einzelbeträgen. Die Konsumvereine machten sich diese Passion zunutze und fingen an, die jährlich ausbezahlten Rückvergütungen als Propagandamittel zu verwenden. Die Wirkungen blieben nicht aus. Bei vielen Verbrauchern war die in Aussicht gestellte Dividende die treibende Kraft bei der Abwanderung in das Lager der Konsumvereine. Die Händler mußten deshalb dieser Erscheinung gegenüber zu einem Verteidigungsmittel greifen. Auf der Suche nach solchen stieß man auf das Rabattmarkensystem, bei welchem der Verbraucher die während einer gewissen Zeit erworbenen Barzahlungsprämien ebenfalls gesamthaft ausbezahlt erhält.

In Händlerkreisen ist man sehr erfreut über die umsatzsteigernde Wirkung der Rabattmarke. Die zunehmende Vereinheitlichung innerhalb der einzelnen Ortschaften und zugleich auch in der ganzen Schweiz läßt die Durchschlagskraft

dieser Einrichtung ohne Zweifel noch anwachsen. Über den Stand der einheitlichen und organisierten Rabattmarkenabgabe in der Schweiz geben folgende, auf den 1. Januar 1926 abgestimmte Zahlen Aufschluß:

Zahl der Rabattvereine: 109.
Total der Mitgl. (Kleinhändler und Gewerbetreibende) 12 000.
Ausbezahlter Rabatt pro 1925: Fr. 12 189 636.—
Ausbezahlter Rabatt pro Mitglied: Fr. 1015.—

Außer der Organisationstätigkeit auf dem Gebiete der Rabattmarke hat der Rabattverband auch die geistige Beeinflussung der Käufermassen im Sinne der Förderung des kaufmännischen Mittelstandes übernommen. Er sucht dieser Aufgabe insbesondere durch Herausgabe eines Kundenblattes gerecht zu werden. Mit Hilfe dieses Mittels will der private Einzelhandel vor allem eine einseitige Orientierung der Verbraucherschaft durch die Konsumvereinspresse verhindern.

Die Konsumverbände sind heute in der Lage, mit ihren Presseorganen rund 350 000 Familien oder annähernd den dritten Teil des Schweizervolkes über ihre Bestrebungen zu orientieren. Der Kleinhändlerstand konnte seinen wirtschaftlichen Gegner hinsichtlich der Kundenblattverbreitung bis heute allerdings noch nicht einholen. Immerhin ist anzunehmen, daß auch in dieser Beziehung der Ausgleich in absehbarer Zeit erfolgen wird. Diese Annahme stützt sich auf folgende Zahlen:

Herausgeber des Kundenblattes:	Name des Kundenblattes:	Zahl der damit bedienten Familien:
Schweiz. Rabattverband	„Schweiz. Wirtschaftliches Volksblatt“	210 000
Rabattsparverein Bern	„Berner Geschäftsblatt“	35 000
Rabattverein „Geschäftswehr“ Luzern	„Der Kompaß“	15 000
Rabattvereine der französischen Schweiz	„Le Journal de l'Acheteur“	40 000
	Total	300 000 Familien

(oder etwas mehr als $^1/_4$ des Schweizervolkes)

Die Kundenorgane erscheinen in der Regel in vierseitiger Ausgabe. Die Zustellung an die Konsumenten ist selbstverständlich eine unentgeltliche und erfolgt alle 14 Tage. Die Kosten werden durch die Einnahmen aus der Annoncenaufnahme gedeckt.

Neben dem „Schweizerischen Wirtschaftlichen Volksblatt" gibt der Schweizerische Rabattverband zusammen mit der Kaufmännischen Mittelstandsvereinigung der Schweiz das Organ „Der Kaufmännische Mittelstand" heraus. Es dient beiden Verbänden als offizielles Publikationsmittel. Die übrigen Maßnahmen des Rabattverbandes sind mehr untergeordneter Natur. Sie können deshalb im Rahmen dieser Arbeit nicht berücksichtigt werden.

Mannigfache in Konsumentenkreisen durchgeführte Stichproben ließen den Verfasser zur Einsicht gelangen, daß sich beim Verbraucher mehr und mehr eine gewisse Ernüchterung geltend macht, die sich sowohl auf die konsumgenossenschaftliche Rückvergütung als auch auf die Prämien der Rabattvereine erstreckt. Weil der Konsument überall — im Konsumladen, beim Filialgeschäft, im Warenhaus und beim Kleinhändler — mit annähernd gleichwertigen Vergütungen bedacht wird, stumpft sich der ursprüngliche Anreiz ganz oder doch zum Teil ab. Mit andern Worten: Im großen und ganzen ist die Anziehungskraft der in Aussicht gestellten Vergütungen, ob sie nun diesen oder jenen Namen tragen, heute nicht mehr so groß, als daß sie den Durchschnittsverbraucher zu veranlassen vermöchten, just ihnen zuliebe ein bestimmtes Ladengeschäft zu bevorzugen. Man gibt einer objektiveren Denkart Raum, die nach dem wirklichen Warenpreis und nicht nach der einkalkulierten Vergütung frägt. Und an diesem Punkte setzt wiederum die Tätigkeit der Einkaufszentralen ein. Sie verschaffen ihren Mitgliedern die Fähigkeit, der neuen Mentalität in weitgehendem Maße entgegenzukommen. Dem Kundenblatt fällt die wichtige Aufgabe zu, die Konsumententschaft über diese Befähigung zu informieren.

Dies darf jedoch nicht dahin ausgelegt werden, als ob die Rabattabgabe in ihrer Eigenschaft als Gegengewicht zur Kon-

sumvereinsdividende zu negieren sei. Im Gegenteil, der Kleinhändler hat die Rabattmarke dringend nötig. Sie soll aber nie als Bejahung des Vergütungsunwesens aufgefaßt werden.

c) Über den Einkaufs-, Schutz- und Rabattverbänden steht die „Kaufmännische Mittelstandsvereinigung der Schweiz" (K. M. S.).[2]) Ihre Gründung erfolgte im Jahre 1921. Sie bezweckt die „Erhaltung des privaten Handels im engeren Sinne und die Erhaltung der Privatwirtschaft im weiteren Sinne des Wortes." Sie richtet sich sowohl gegen die Sozialisierungsbestrebungen linksstehender Parteien als auch gegen die Tendenzen der großkapitalistischen Richtung. Wiederum sind es die Einkaufsgesellschaften, welche die K. M. S. in weitgehendem Maße beeinflussen. Die K. M. S. vereinigt folgende Verbände zu einer Arbeitsgemeinschaft:

Schweiz. Spezereihändlerverband, Solothurn	5 300	Mitgl.
„ Rabattverband, Biel	12 000	„
„ Textildetaillistenverband, Aarau	1 000	„
„ Velo- und Nähmaschinenhändler-Verband, Olten	1 000	„
„ Schuhhändlerverband, Zürich	700	„
„ Cigarrenhändlerverband, Zürich	450	„
„ Hutdetaillistenverband, Basel	60	„
„ Hotelierverein, Basel	1 371	„
„ Büchsenmacherverband, Winterthur	50	„
„ Weinhändlerverband, Bern	350	„
Spezialladenbesitzerverband, Kreuzlingen	12	„
Gesellschaft Schweiz. Manufakturisten, Oerlikon	75	„
St. Galler Detaillistenverband, St. Gallen	380	„
Rabattverein Neuenburg und Chaux-de-Fonds	450	„
Schweiz. Bierbrauerverein	80	„
Verband der schweiz. Detailreisegeschäfte	40	„
Einzelmitglieder	25	„ [3])

[2]) Literatur: „Der kaufmännische Mittelstand" (offizielles Publikationsorgan der K. M. S.); Statuten der K. M. S.; Spezialbericht.

[3]) Eine Addition dieser Zahlen ist nicht angängig, da in vielen Fällen ein und derselbe Händler in zwei Verbänden mitgezählt wird.

Die K. M. S. verkörpert zugleich auch die Gruppe *Handel* des Schweiz. Gewerbeverbandes, welcher gegenwärtig über 120 000 Mitglieder zählt.

c) Von der Schweiz aus, die sich mit einer gewissen Berechtigung den Namen „Bollwerk des Mittelstandes" zulegt, wurde vor kurzem auch der internationale Zusammenschluß aller mittelständischen Elemente ventiliert. Im Herbst 1923 kam es in Bern zur Gründung der Internationalen Mittelstandsunion (I. M. U.).[4]) Bis jetzt haben sich ihr die Mittelstandsorganisationen von über 20 Staaten angeschlossen (Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, England, Frankreich, Italien, Holland, Jugoslavien, Lettland, Liechtenstein, Luxemburg, Norwegen, Österreich, Schweden, Schweiz, Spanien, Rumänien und Tschechoslowakei). Die prinzipiellen Richtlinien und die Zweckbestimmung sind in den Art. 2 und 3 ihrer Statuten niedergelegt:

Art. 2. — (Prinzipielle Richtlinien.) Die I. M. U. stellt sich auf den Boden des Privateigentums, der Privatwirtschaft und der selbständigen Arbeitsart, unter entschiedener Abwehr aller Tendenzen, welche die Existenz des Mittelstandes und seine naturgemäße Entwicklung bedrohen.

Art. 3. — Zweck der I. M. U. ist der Zusammenschluß des gesamten gewerblichen und kleinindustriellen, kaufmännischen, intellektuellen, sowie landwirtschaftlichen Mittelstandes aller Länder zur Wahrung und Förderung seiner ideellen, kulturellen und wirtschaftlichen Interessen, namentlich:

a) Durch Veröffentlichung und Austausch von Erfahrungen und wissenschaftlichen Forschungen in den einzelnen Ländern auf dem Gebiete der Gesetzgebung, der Volkswirtschaft, der Organisation usw., sowie durch Veranstaltung von Kongressen und Konferenzen zur Behandlung wichtiger Tages- und Prinzipienfragen, die für den Mittelstand von Bedeutung sind;

b) durch Erwirkung internationaler Vereinbarungen und Maßnahmen zugunsten des Gewerbes, des mittelständi-

[4]) Literatur: Statuten, Rundschreiben; „Der Mittelstand", Internationale Zeitschrift für Wirtschaftspolitik und Sozialreform; „Bulletin de l'Institut International des Classes Moyennes" (Bruxelles).

schen Handels, der Landwirtschaft und der wissenschaftlichen, künstlerischen und übrigen freien Berufe;

c) durch Ermöglichung des Personalaustausches von Lehrlingen, Gesellen, Söhnen und Töchtern aus dem Mittelstande zur Erweiterung ihrer Sprachkenntnisse, ihrer beruflichen oder allgemeinen Bildung usw. und zur Anbahnung geschäftlicher und gesellschaftlicher Beziehungen zwischen Mittelstandsangehörigen der verschiedenen Staaten;

d) durch Schaffung sozialer Fürsorgewerke und anderer Einrichtungen zur Hebung der ökonomischen, sozialen und gesundheitlichen Lage der Angehörigen des Mittelstandes, sowie durch gegenseitige Unterstützung bei berufsständischen oder bei wirtschaftlichen und finanziellen Aktionen;

e) durch Unterstützung aller Maßnahmen, die geeignet erscheinen, den Familiengedanken zu vertiefen und die Familie in ihrem Bestande zu sichern und zu festigen;

f) durch Förderung und Ausbau der mittelständischen Presse und Errichtung eines internationalen Pressedienstes und einer Auskunftsstelle über alle Fragen des Mittelstandes;

g) durch Verbreitung und Festigung des bürgerlichen und staatserhaltenden Gedankens beim Volke, durch allgemeines Wirken im Sinne der Ständeversöhnung und durch Erweckung und Vermehrung des Verständnisses für die Bedeutung und Rolle, die Lage, die Bedürfnisse und Rechte des gewerblichen, kaufmännischen, intellektuellen und landwirtschaftlichen Mittelstandes auch bei den übrigen Bevölkerungsschichten;

h) durch Anstrebung einer Wirtschaftsordnung, in welcher der mittelständischen selbständigen Berufstätigkeit die ihr gebührende Stellung in der Produktion und Gütervermittlung zukommt, bezw. erhalten bleibt.

Die I. M. U. kann zugleich auch als Ergänzung des „Institut International pour l'Etude du Problème des Classes Moyennes" in Brüssel angesprochen werden. Dieses Institut wurde 1903 in Stuttgart gegründet und besteht unabhängig von der I. M. U. Es sammelt Material zum Studium mittelständischer Wirtschaftsfragen und stellt dieses gegebenenfalls der I. M. U. zwecks praktischer Verwendung zur Verfügung.

Schluß.

§ 19. Die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften im Rahmen der Volkswirtschaft.

Vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus läßt sich über die kleinhändlerischen Einkaufsgesellschaften folgendes sagen. Ihr Wirkungskreis erstreckt sich nicht nur auf die Klein- und Mittelbetriebe, des Einzelhandels, sondern auf einen großen Teil der Verteilungswirtschaft überhaupt. In ihrem Streben nach größtmöglicher Leistungsfähigkeit reißt die Einkaufsgesellschaft auch die übrigen Großhandelsbetriebe, die Konsumgenossenschaften, die Filialgeschäfte und die Warenhäuser mit und stellt sie vor die Notwendigkeit, den Grad ihrer Organisation ebenfalls nach Kräften zu steigern. Die Gefahr, daß die Warenpreise durch Mängel im Verteilungsmechanismus eine unnötige Erhöhung erleiden, verringert sich infolgedessen immer mehr. Demnach darf auch der Konsument nicht ohne Interessennahme an der Einkaufsgenossenschaft vorbeigehen. Übrigens kann er ihre Wirkungen noch in anderer Form wahrnehmen. Zufolge der Tatsache, daß der Wert des Kaufkraftzusammenschlusses für die Einzelhändler hauptsächlich in der Wettbewerbsmöglichkeit gegenüber den Konkurrenzgeschäften besteht, muß dieser die durch den gemeinschaftlichen Einkauf erreichten Preisminderungen ganz oder doch zum Teil der Konsumentenschaft zugute kommen lassen. Tut er das nicht, so ist die rationelle Warenvermittlung für ihn wertlos, denn ohne Konkurrenzfähigkeit keine Verkaufsmöglichkeit und ohne Verkaufsmöglichkeit keine Erwerbsmöglichkeit.

Weiterhin sind vom volkswirtschaftlichen Gesichtspunkt aus auch die Vorkehren zu bejahen, welche eine weitere Vermehrung der kleinen Detailhandelsbetriebe verhindern sollen. Es ist jedoch zu wünschen, daß die mit dieser Absicht zusammenhängende Bekämpfung der sogenannten Kredit- und Einrichtungsgrossisten nicht etwa zur Aufstellung der Devise „Ausschaltung des Großhandels“ führe. Die Einkaufsgesellschaften tuen im Gegenteil gut daran, sich die ausgedehnten

Sachkenntnisse des in- und ausländischen Spezialgroßhandels stets dienstbar zu erhalten.

Endlich können sich die Einkaufszentralen darauf berufen, einen wichtigen Teil des Mittelstandes vor der Proletarisierung bewahrt zu haben. Es ist dies eine nicht zu unterschätzende Leistung. Eine starke Mittelklasse bietet Sicherheit für eine ruhige Entwicklung der Volkswirtschaft. Sie schützt dieselbe vor einseitiger Beherrschung durch eine der extremen Klassen. Ebenso wird auch das übrige Volksleben durch die auf einen stoßfreien Kräfteausgleich eingestellte Denkart des mittelständischen Elements in einem günstigen Sinne beeinflußt.